

**Анотація**  
**до вибіркової дисципліни «Маркетинг»**  
**освітньо-професійної програми**  
**«Менеджмент»**

**Опис дисципліни**

Дисципліна «Маркетинг» знайомить студентів із офлайнними та онлайнними інструментами впливу на споживача та засобами для досягнення цілей по кожному конкретному ринку і його сегментах з найвищою економічною ефективністю. Метою викладання даної дисципліни є формування системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції, а також засвоєння студентами теорії і практики здійснення маркетингової політики фірм у сфері планування товарного асортименту, ціноутворення, збуту товарів і послуг, реклами, просування товарів, а також організації управління маркетингом.

Основні завдання: вивчення теоретичних та методологічних основ маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства, вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу, організації та здійснення маркетингових досліджень, сегментування ринку та вибору цільових сегментів, розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

**Зміст дисципліни**

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Тема 2. Маркетингове середовище та маркетингова інформаційна система.

Тема 3. Комплексне дослідження ринків.

Тема 4. Сегментування ринку, відбір цільових сегментів і позиціонування товару.

Тема 5. Маркетингова товарна політика.

Тема 6. Маркетингова цінова політика.

Тема 7. Маркетингова політика розподілу.

Тема 8. Маркетингова комунікаційна політика.

Тема 9. Процес управління маркетингом.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.. 4.вид., доп. К. : Лібра, 2010. 717с.
2. Котлер Філіп, Гермаван Катарджая, Сетьяван Іван. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового: пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. Київ: Вид. група КМ-БУКС. 2018. 208 с., іл.

3. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>
4. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
5. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг / І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчук . К.: Знання, 2017. 198 с.
6. Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу : електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет. 2021. 146 с.  
<http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42341>