

Маркетинг

Результати навчання: Студент отримає знання про сутність маркетингу та його важливість для загального управління компанією. Маркетингові завдання - дослідження ринку та створення маркетингових комбінацій. Особливості маркетингу в міжнародному середовищі. Соціальна відповідальність у маркетингу. Представляючи сучасні маркетингові методи та інструменти, практичне застосування яких дозволяє нам ефективно задовольняти потреби клієнтів та досягти конкурентної ринкової переваги, студент набуває навички, необхідні для правильного маркетингового управління компанією.

Стислий навчальний план предмету: Основні концепції маркетингу, управління маркетингом. Стратегічне планування, управління маркетинговим процесом та маркетингове планування. Інформаційна система маркетингу. Промисловий маркетинг та його застосування. Аналіз маркетингового середовища, аналіз споживчих ринків та купівельної поведінки. Аналіз ринків організацій та купівельна поведінка організацій. Пізнання конкуренції. Вимірювання та прогнозування попиту на ринку, визначення сегментів ринку. Маркетингові стратегії, щоб диференціювати та розмістити маркетингову пропозицію. Розробка, тестування та впровадження нових продуктів та послуг. Дизайн виробничих ліній, брендів та упаковок. Сервісний ринок. Стратегії та програми ціноутворення. Маркетингові маршрути поширення. Маркетингові комунікації. Міжнародний маркетинг.