

**Розширений план лекцій  
з дисципліни «Маркетинг»**

лекційних годин – 30

Викладач – к.е.н., доц. Волкова Н.І.

**СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1  
СУТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ**

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1  
СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ І ЙОГО СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ**

**Лекція 1. Формування теорії маркетингу та його системи**

1. Історичні віхи формування теорії і практики маркетингу.
2. Аспекти маркетингу: економічні, психологічні, соціологічні та культурні.
3. Місце маркетингу в управлінні підприємством.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2  
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**Лекція 2. Поведінка покупців на споживчих ринках**

1. Поняття ринку і його основні види.
2. Споживчий ринок і особливості поведінки його діячів.
3. Промисловий ринок і особливості поведінки його діячів.

**Лекція 3. Організація маркетингових досліджень**

1. Система маркетингової інформації.
2. Види маркетингових досліджень.
3. Аналіз маркетингової інформації.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3  
МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА**

**Лекція 4. Сутність маркетингової товарної політики**

1. Теорія життєвого циклу товарів.
2. Зміст і складові товарної політики.
3. Маркетингові товарні стратегії.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4  
ПЛАНУВАННЯ НОВИХ ТОВАРІВ**

**Лекція 5. Сутність маркетингової інноваційної політики**

1. Сутність товарних інновацій.
2. Роль маркетингу у плануванні і просування нових товарів.
3. Просування нових товарів.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5  
МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА**

**Лекція 6. Сутність і зміст маркетингової цінової політики**

1. Сутність маркетингової цінової політики.
2. Фактори впливу на політику ціноутворення.
3. Управління цінами підприємства.

**Лекція 7. Маркетингові цінові ризики**

1. Сутність маркетингових ризиків.
2. Оцінка цінових ризиків.
3. Управління ціновими ризиками.

**СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2.  
ФУНКЦІОНАЛЬНІ ГАЛУЗІ МАРКЕТИНГУ**

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6  
МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ**

**Лекція 8. Методи маркетингового ціноутворення**

1. Алгоритм маркетингового розрахунку цін.
2. Методи прямого ціноутворення.
3. Методи непрямого ціноутворення.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 7  
МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ**

**Лекція 9. Сутність і зміст маркетингової політики комунікацій**

1. Загальна характеристика маркетингової політики комунікацій.
2. Законодавчі основи комунікативної діяльності.
3. Стимулювання збуту.
4. Класифікації носіїв реклами.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 8  
КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**Лекція 10. Комплекс маркетингових комунікацій**

1. Реклама.
2. Методи стимулювання збуту.
3. «Паблік рилейшнз» і особистий продаж.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 9  
МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА**

**Лекція 11. Маркетингова збутова політика**

1. Актуальність проблеми збуту в сучасних умовах.
2. Види торгових посередників.
3. Прямий маркетинг.

**Лекція 12. Стратегії збутової політики**

1. Стратегії збуту.
2. Місцерозташування і розпланування.
3. Теорії просторової економіки.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 10  
УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ**

**Лекція 13. Управління каналами розподілу**

1. Поняття каналу розподілу.
2. Організація каналу розподілу.
3. Методи аналізу каналу розподілу.

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 11  
ОРГАНІЗАЦІЯ І КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Лекція 14. Організація маркетингової діяльності**

1. Вимоги до співробітників служби маркетингу.
2. Чисті форми організації маркетингової діяльності.
3. Змішані форми організації маркетингової діяльності

**Лекція 15. Контроль маркетингової діяльності підприємства**

1. Організація контролю маркетингової діяльності.
2. Аудит маркетингової діяльності.
3. Планування маркетингової діяльності.