

**ПЛАН
ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ
з дисципліни «МАРКЕТИНГ»**

**практичні заняття, годин – 16
Викладач – к.е.н., доц. Волкова Н.І.**

Обсяг в годинах	Назва та стислий зміст практичного заняття	Мета роботи
2	Заняття 1. Сутність маркетингу і його сучасна концепція	З'ясувати предмет маркетингу, розкрити етимологію поняття маркетинг, причини виникнення маркетингу. Засвоїти сутність концепції маркетингу і її еволюції.
2	Заняття 2. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень	З'ясувати значення функції аналізу маркетингового середовища та сутність цієї категорії, розкрити сутність процесів маркетингового дослідження та процесів сегментування та відбору цільових сегментів ринку.
2	Заняття 3. Маркетингова товарна політика	Розкрити зміст діяльності по управлінню товарним асортиментом.
2	Заняття 4. Маркетингова політика ціноутворення	Розкрити сутність діяльності з розроблення цінової політики підприємства.
2	Заняття 5. Маркетингова політика комунікацій	Розкрити сутність маркетингових комунікацій, виявити сутність механізму його дії.
2	Заняття 6. Комплекс маркетингових комунікацій	Виявити значення реклами, стимулювання збуту і пропаганди в комплексі комунікацій.
2	Заняття 7. Маркетингова політика розподілу. Управління каналами розподілу	З'ясувати сутність маркетингового підходу «орієнтація на споживача» та особливості еволюції маркетингового підходу, принципи побудови маркетингового розподілу. З'ясувати сутність і види каналів розподілу, визначити особливості формування і управління каналами розподілу.
2	Заняття 8. Організація і контроль маркетингової діяльності	З'ясувати сутність системи маркетингу, розкрити характеристики маркетингу. Засвоїти сутність організації маркетингової діяльності та методи її контролю.