



КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ

з Маркетингу для 3 курсу

спеціальності менеджмент 073 МО622(3,10д)-01

(осінній семестр, 2024-2025 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
МОДУЛЬ 1. Теоретичні основи та практичні підходи з маркетингу				
1.	06.09.24	Розвиток маркетингу, його місце і роль в ринковій діяльності підприємства.	1	проф. Малий В. В
2.	06.09.24	Маркетинг як відкрита мобільна система. Оцінка маркетингового середовища підприємства	1	проф. Малий В. В
3.	13.09.24	Корпоративні та маркетингові стратегії	2	проф. Малий В. В.
4.	20.09.24.	Система і технологія проведення маркетингових досліджень.	1	проф. Малий В. В.
5.	20.09.24	Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві.	1	проф. Малий В. В
6.	27.09.24	Вивчення потреб і поведінки споживачів. Сегментування ринку.	2	проф. Малий В. В.
7.	04.10.24	Товар в системі маркетингу. Управління асортиментною політикою підприємства.	2	проф. Малий В. В
8.	11.10.24	Управлінські рішення з товарної політики підприємства. Брендинг, види брендкових стратегій. Бенчмаркінг	2	проф. Малий В. В
9.	18.10.24	Управлінські рішення з цінової політики в системі маркетингу.	2	проф. Малий В. В
10.	25.10.24	Управлінські рішення з формування політики розподілу в системі маркетингу.	2	проф. Малий В. В
11.	01.11.24	Управлінські рішення з маркетингових комунікацій в системі маркетингу. Стимулювання збуту	2	проф. Малий В. В
12.	08.11.24	Реклама в системі маркетингу. Інші складові комплексу маркетингових комунікацій	1	проф. Малий В. В
13.	08.11.24	Організація та контроль маркетингової діяльності.	1	проф. Малий В. В
Всього:			20	

Примітка: лекція відбувається у п'ятницю кожного тижня о 10.25 год.

Завідувач кафедри ММЗЯФ, професор

Малий В.В.

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**
з Маркетингу для 3 курсу
спеціальності менеджмент 073 МОБ22(3,10д)-01
(осінній семестр, 2024-2025 н.р.)

з/п	Дата	Тема заняття	Обсяг у годинах, п/з	Система оцінювання знань, бали	
				min	max
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Розвиток маркетингу і маркетингова система досліджень.					
Маркетингові стратегії.					
1.	07.10.24	Розвиток маркетингу, його місце і роль в ринковій діяльності підприємства	3	3	5
2.	14.10.24	Маркетинг як відкрита мобільна система. Оцінка маркетингового середовища підприємства.	3	3	5
3.	21.10.24	Корпоративні та маркетингові стратегії.	3	3	5
4.	28.10.24	Система і технологія проведення маркетингових досліджень.	3	3	5
5	04.11.24	Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві	3	3	5
6.	11.11.24	Вивчення потреб і поведінки споживачів. Сегментування ринку.	2	3	5
		Контроль засвоєння ЗМ1.	1	10,5	17,5
Всього за ЗМ 1:			18	28,5	47,5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Маркетингове управління діяльністю підприємства.					
7.	18.11.24	Товар в системі маркетингу. Управління асортиментною політикою підприємства. Управлінські рішення з товарної політики підприємства. Брендинг, види брендових стратегій. Бенчмаркінг.	3	3	5
			3	5	
8.	25.11.24	Управлінські рішення з цінової політики в системі маркетингу.	3	3	5
9.	02.12.24	Управлінські рішення з формування політики розподілу в системі маркетингу.	3	3	5
10.	09.12.22	Управлінські рішення з маркетингових комунікацій в системі маркетингу. Стимулювання збуту	3	3	5
11	16.12.24	Реклама в системі маркетингу. Інші складові комплексу маркетингових комунікацій.	3	3	5
12.	06.01.25	Організація та контроль маркетингової діяльності.	2	3	5
		Контроль засвоєння ЗМ 2	1	10,5	17,5
Всього за ЗМ 2:			18	31,5	52,5
13.	13.01.25	Семестровий контроль	2		
ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 1			38	60	100

Завідувач кафедри ММЗЯФ, професор

 Малий В.В.