



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	29.09.24	Розвиток маркетингу, його місце і роль вринковій діяльності підприємства. Маркетинг як відкрита мобільна система. Оцінка маркетингової середи підприємства. Корпоративні та маркетингові стратегії. Система і технологія проведення маркетингових досліджень.	2	проф.Малий В.В.
2.	02.10.24	Інформаційне забезпечення маркетинговихдосліджень на підприємстві. Вивчення потреб і поведінки споживачів.Сегментування ринку.	2	проф.Малий В.В.
3.	04.10.24	Товар в системі маркетингу. Управління асортиментною політикою підприємства. Управлінські рішення з товарної політики підприємства. Брендинг, види брендових стратегій. Бенчмаркінг. Управлінські рішення з цінової політики в системі маркетингу	2	проф.Малий В.В.
4.	08.10.24	Управлінські рішення з формування політикирозподілу в системі маркетингу. Управлінські рішення з маркетингових комунікацій в системі маркетингу. Стимулювання збуту. Реклама в системі маркетингу. Інші складові комплексу маркетингових комунікацій. Організація та контроль маркетингової діяльності.	2	проф.Малий В.В.
Всього:			8	

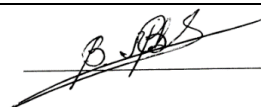
Завідувач кафедри, професор

Малий В.В.

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ
ПЛАН ПРАКТИЧНИХ 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	Система оцінювання знань, бали	
				min	max
Змістовий модуль 1. Розвиток маркетингу і маркетингова система досліджень. Маркетингові стратегії.					
1.	30.09.24	Розвиток маркетингу, його місце і роль в ринковій діяльності підприємства. Маркетинг як відкрита мобільна система. Оцінка маркетингової середовища підприємства. Корпоративні та маркетингові стратегії Система і технологія проведення маркетингових досліджень.	2	12	20
	01.10.24	Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві. Вивчення потреб і поведінки споживачів. Сегментування ринку. Контроль ЗМ1	2	6 10,5	10 17,5
Всього за ЗМ1				28,5	47,5
Змістовий модуль 2. Маркетингове управління діяльністю підприємства.					
2.	01.10.24	Товар в системі маркетингу. Управління асортиментною політикою підприємства. Управлінські рішення з товарної політики підприємства. Брендінг, види брендів стратегій. Бенчмаркінг.	2	6	10
3.	09.10.24	Управлінські рішення з цінової політики в системі маркетингу.Управлінські рішення з формування політики розподілу в системі маркетингу. Управлінські рішення з маркетингових комунікацій в системі маркетингу. Стимулювання збуту. Реклама в системі маркетингу. Інші складові комплексу маркетингових комунікацій. Організація та контроль маркетингової діяльності. Контроль ЗМ2	4	15 10,5	25 17,5
Всього за ЗМ2				31,5	52,5
4.	21.01.2025	Семестровий залік	2		
Всього за вивчення модуля 1			8	60	100

Завідувач кафедри, професор



Малий В.В.