



КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ

з Маркетингу для 3 курсу

спеціальності менеджмент 073 МОБ21(4,0д)-01

(весняний семестр, 2023-2024 н.р.)

№ з/п	Дата	Тема лекції	Обсяг у год.	Лектор
МОДУЛЬ 1. Теоретичні основи та практичні підходи з маркетингу				
1.	06.09.23	Розвиток маркетингу, його місце і роль в ринковій діяльності підприємства.	2	проф. Малий В. В
2.	13.09.23	Маркетинг як відкрита мобільна система. Оцінка маркетингової середовища підприємства	2	проф. Малий В. В
3.	20.09.23.	Корпоративні та маркетингові стратегії	2	проф. Малий В. В.
4.	27.09.23	Система і технологія проведення маркетингових досліджень.	2	проф. Малий В. В.
5.	04.10.23	Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві.	2	проф. Малий В. В
6.	11.10.23	Вивчення потреб і поведінки споживачів. Сегментування ринку.	2	проф. Малий В. В.
7.	18.10.23	Товар в системі маркетингу. Управління асортиментною політикою підприємства.	2	проф. Малий В. В
8.	25.10.23	Управлінські рішення з товарної політики підприємства. Брендинг, види брендових стратегій. Бенчмаркінг	2	проф. Малий В. В
9.	01.11.23	Управлінські рішення з цінової політики в системі маркетингу.	2	проф. Малий В. В
10.	08.11.23	Управлінські рішення з формування політики розподілу в системі маркетингу.	2	проф. Малий В. В
11.	05.11.23	Управлінські рішення з маркетингових комунікацій в системі маркетингу. Стимулювання збуту	2	проф. Малий В. В
12.	22.11.23	Реклама в системі маркетингу. Інші складові комплексу маркетингових комунікацій	2	проф. Малий В. В
13.	29.11.23	Організація та контроль маркетингової діяльності.	2	проф. Малий В. В
Всього:			26	

Примітка: лекція відбувається у середу кожного тижня о 10.25 год.

Завідувач кафедри ФММ, професор

Малий В.В.



**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ
з Маркетингу для 3 курсу
спеціальності менеджмент 073 Моб21(4,0д)-01
(весняний семестр, 2022-2023 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.	12.09.23	Розвиток маркетингу, його місце і роль в ринковій діяльності підприємства	2	3	5
2.	12.09.23	Маркетинг як відкрита мобільна система. Оцінка маркетингової середовища підприємства.	2	3	5
3.	27.09.23	Корпоративні та маркетингові стратегії.	4	3	5
4.	11.10.23	Система і технологія проведення маркетингових досліджень.	4	3	5
5	25.10.23	Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві	4	3	5
6.	08.11.23	Вивчення потреб і поведінки споживачів. Сегментування ринку.	2	3	5
		Контроль засвоєння ЗМ1.	2	10,5	17,5
Всього за ЗМ 1:			20	28,5	47,5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Маркетингове управління діяльністю підприємства.					
7.	22.11.23	Товар в системі маркетингу. Управління асортиментною політикою підприємства.	2	3	5
		Управлінські рішення з товарної політики підприємства. Брендінг, види брендів стратегій. Бенчмаркінг.	2	3	5
8.	22.11.23	Управлінські рішення з цінової політики в системі маркетингу.	2	3	5
9.	06.12.23	Управлінські рішення з формування політики розподілу в системі маркетингу.	2	3	5
10.	06.12.23	Управлінські рішення з маркетингових комунікацій в системі маркетингу. Стимулювання збуту	2	3	5
11	13.12.23	Реклама в системі маркетингу. Інші складові комплексу маркетингових комунікацій.	2	3	5
12.	13.12.23	Організація та контроль маркетингової діяльності.	2	3	5
13.	20.12.23	Підсумковий контроль засвоєння ЗМ 2	2	10,5	17,5
Всього за ЗМ 2:			16	31,5	52,5
14.	20.12.23	Семестровий контроль	2		
ВСЬОГО ЗА ВИВЧЕННЯ МОДУЛЯ 1			38	60	100