**«МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА»**

**Факультет економіки та менеджменту, кафедра маркетингу, маркетинг, бакалавр, 4-й курс**

Кравців Ірина Костянтинівна, e-mail: : irynakravtsivv@gmail.com

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ з/п** | **Тема** | **Анотація** | | **Інтернет-ресурс** | |
| **ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС** | | | | | |
| 1. | Планування маркетингової діяльності на підприємстві | Система планування маркетингу на промисловому підприємстві. Маркетингове стратегічне планування. Маркетингові організаційні структури підприємства. | | <https://works.doklad.ru/view/3BhzHxTm6nw.html> | |
| 2. | Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві | Роль, структура і зміст маркетингових досліджень у промисловості. Види маркетингових досліджень. Маркетингова інформація: джерела, методи збору. Основні принципи опитування. | | <https://pidruchniki.com/1035102062442/marketing/osnovni_etapi_osoblivosti_zdiysnennya_marketingovih_doslidzhen_promislovomu_pidpriyemstvi> | |
| 3. | Кон’юнктура ринку промислової продукції | Особливості ринку ТПП. Поняття ринкової кон’юнктури та її показники. Прогноз товарного ринку. Дослідження кон’юнктури ринку. | | <https://pidruchniki.com/16520205/marketing/konyunktura_rinku_promislovoyi_produktsiyi> | |
| 4. | Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари. | Сегментування ринку та його основні критерії. Вибір цільового сегмента та позиціонування ТПП. Прогнозування попиту на товари промислового призначення. Визначення рівня і прогнозування попиту. | | <https://studopedia.com.ua/1_251779_tema--prognozuvannya-popitu-na-produktsiyu-pidpriiemstva.html> | |
| 5. | Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів. | Вибір форм постачання матеріальних ресурсів. Характеристика основних етапів процесу закупівлі товарів промислового призначення. Створення закупівельних центрів. Критерії прийняття рішення про закупівлю промислових товарів | | <https://pidruchniki.com/19240701/marketing/marketing_galuzi_zakupivli_promislovih_tovariv> | |
| 6. | Товарна політика та управління асортиментом продукції | Управління товарним асортиментом. Управління інноваціями у маркетинговій товарній політиці промислового підприємства. Управління якістю продукції в товарній політиці | | <https://pidruchniki.com/13560615/marketing/tovarna_politika_upravlinnya_asortimentom_produktsiyi_promislovih_pidpriyemstvah> | |
| 7. | Ціноутворення на промисловому ринку. | Роль цінового фактора в стратегії промислового підприємства. Особливості ціноутворення на ринку товарів промислового призначення. | | <https://pidruchniki.com/1699092362454/marketing/osoblivosti_tsinoutvorennya_marketingu_promislovogo_pidpriyemstva> | |
| 8. | Управління розподілом і збутом готової продукції | Планування і регулювання збутових запасів. Форми організації збуту ТПП. Управління каналами збуту ТПП. Упраління запасами у збуті. | | <https://westudents.com.ua/glavy/39058-rozdl-12-upravlnnya-rozpodlom-zbutom-gotovo-produkts.html> | |
| 9. | Комунікативна політика промислового підприємства. | Особистий продаж і управління збутом ТПП. Реклама та стимулювання збуту на ринку ТПП. | | <https://pidruchniki.com/1061021862464/marketing/marketingovi_komunikatsiyi_diyalnosti_promislovogo_pidpriyemstva> | |
| 10. | Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності | Основи маркетингового прогнозу. Оцінка ефективності маркетингової діяльності. Контроль маркетингу на підприємстві. | | <https://pidruchniki.com/82320/marketing/otsinka_efektivnosti_marketingovoyi_diyalnosti>  <https://buklib.net/books/37220/> | |
| **САМОСТІЙНА РОБОТА** | | | | | |
| 1. | Планування маркетингової діяльності на підприємстві | | Контроль маркетингу. Організація маркетингової діяльності промислового підприємства. | | <https://pidruchniki.com/86710/finansi/zmist_vidi_kontrolyu> |
| 2 | Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві | | Історія та сутність маркетингових досліджень у промисловості. Основні принципи опитування. Організація вибіркового дослідження. | | <https://buklib.net/books/37386/>  <https://buklib.net/books/35092/> |
| 3 | Кон’юнктура ринку промислової продукції | | Дослідження впливу імпортно-експортних поставок ринку. Комплексне дослідження промислового ринку. Показники кон’юнктури. | | <https://pidruchniki.com/16520205/marketing/konyunktura_rinku_promislovoyi_produktsiyi> |
| 4 | Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари. | | Сегментування ринку, вибір цільового сегменту та позиціонування товарів промислового призначення. | | <https://pidruchniki.com/16800427/marketing/segmentuvannya_rinku_vibir_tsilovogo_rinku_pozitsiyuvannya> |
| 5 | Товарна політика та управління асортиментом продукції | | Управління якістю продукції в товарній політиці. Обслуговування товарів промислового призначення у маркетинговій товарній політиці. Методи розробки нових товарів. Роль служби маркетингу при розробці нового товару і плануванні асортименту | | <https://stud.com.ua/45495/ekonomika/analiz_tovarnoyi_politiki_upravlinnya_asortimentom_produktsiyi_poslug> |
| 6 | Ціноутворення на промисловому ринку. | | Методи непрямого ціноутворення і їх характеристика. Лізинг і факторинг як фінансування трас акційних операцій. Основні принципи управління цінами на товар. | | <http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0102&T=11&lng=1&st=0> |
| 7 | Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів. | | Управління матеріально-технічним забезпеченням. Вибір форм постачання матеріальних ресурсів. | | <https://pidruchniki.com/19240701/marketing/marketing_galuzi_zakupivli_promislovih_tovariv> |
| 8 | Управління розподілом і збутом готової продукції | | Контроль результатів, контроль збуту та частки ринку, аналіз діяльності служби збуту. | | <http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1067&T=09&lng=1&st=0> |
| 9 | Комунікативна політика промислового підприємства. | | Рекламна діяльність. Виставкова діяльність підприємства | | <https://pidruchniki.com/1061021862464/marketing/marketingovi_komunikatsiyi_diyalnosti_promislovogo_pidpriyemstva> |
| 10 | Контроль, аналіз та ефективність маркетингової діяльності | | Основи маркетингового прогнозу. Оцінка ефективності маркетингової діяльності. Контроль маркетингу на підприємстві. | | <https://pidruchniki.com/82320/marketing/otsinka_efektivnosti_marketingovoyi_diyalnosti>  <https://buklib.net/books/37220/> |