**Анотація**

**до вибіркової дисципліни**

**«Маркетинг»**

**освітньо-професійної програми**

**«Фінанси і кредит»**

**Опис дисципліни**

**Анотація навчальної дисципліни.** Навчальна дисципліна «Маркетинг» формує у студентів систему теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку. Вивчення навчальної дисципліни передбачає: з’ясування ролі маркетингу в системі управління підприємством; засвоєння теоретичних основ дисципліни (понятійного апарату, концепцій, моделей); опанування методологічного апарату маркетингового аналізу, планування та організації маркетингової діяльності; формування розуміння та навичок використання маркетингового інструментарію для ефективного прийняття рішень і забезпечення успішного функціонування підприємства на ринку.

**Міждисциплінарні зв’язки.** Навчальна дисципліна «Маркетинг» тісно пов'язана з такими навчальними дисциплінами, як «Мікроекономіка», «Макроекономіка»,

«Менеджмент», «Соціологія» та іншими.

**Мета дисципліни -** формування у студентів системи теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку.

**Завдання (навчальні цілі) дисципліни.** Навчальна дисципліна спрямована на досягнення таких компетентностей здобувачів:

* + 1. Знання теоретичних основ маркетингу.
		2. Розуміння маркетингових аспектів управління підприємством, процесів планування і проведення маркетингових досліджень, розробки маркетингової стратегії і тактики.
		3. Уміння інтерпретувати маркетингову інформацію, аналізувати маркетингові показники.
		4. Навички розробки комплексу маркетингу, плану маркетингу.
		5. Здатність аналізувати товарну, цінову, комунікаційну, збутову політики, процеси організації і контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

**Зміст дисципліни:**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Сутність та еволюція концепції маркетингу |  |
| 2. Система та характеристики сучасного маркетингу |
| 3. Маркетингові дослідження |
| 4. Планування маркетингової діяльності підприємства |
| 5. Маркетингова товарна політика |
| 6. Маркетингова цінова політика |  |
| 7. Маркетингова політика розподілу |  |
| 8. Маркетингова політика комунікацій |
| 9. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві |

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Маркетинг: Підручник. / за наук. ред. А.Ф. Павленка. К.: КНЕУ, 2008. 596 с.)
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. 6-те вид. К.: Лібра, 2008. 720 с.

 3.Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинговий менеджмент. 12-е вид. Підручник: укр. адаптоване видання. К.: В-во “Хімджест”, 2008.