

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ І НАУКИ

ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
“КИЇВСЬКИЙ КОЛЕДЖ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ”

В И Т Я Г

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

з предмету Маркетинг
На III семестр 2020-21 навчального року, курс II
Група Mo-19
Спеціальність **073 Менеджмент**
Освітня програма «**Організація та управління підприємством**»
Галузь знань **07 Управління та адміністрування**
Викладач Ночнюк О.О.
Кількість годин за навчальним планом на семестр 96 з них практичних 40
Складений згідно з програмою, затвердженою 2020 р.
заступником директора з навчально-методичної роботи ДВНЗ «ККЛП»

Розглянуто та рекомендовано
до затвердження на засіданні
циклової комісії: бізнесу та управління
«03» вересня 2020 р.

Протокол № 1

Київ, 2020

КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Ночнюк Олена Олексіївна –викладач першої категорії циклової комісії «бізнесу та управління» ДВНЗ «Київський коледж легкої промисловості».

Електронна скринька викладача: nochnukl@gmail.com

Контакт викладача у Viber: +38 (097) 309 31 31

Розміщення завдань та навчально-методичних матеріалів, проведення лекційних занять за допомогою сервісів Google.

Адреса Коледжу:

Вул. Джона Маккейна, 29

Київ, УКРАЇНА, 01042

Сайт Коледжу: kklp.kiev.ua

ЗМІСТ КУРСУ

З 15.10.2020р. до кінця семестру

№ заняття	Назва розділів і тем	Кількість годин	Тип уроку	Календарні сторінки вивченням	Завдання для студентів
1	Семінар 4 "Інновація в товарній політиці підприємства"	2	Семінарське заняття	16.10.2020	Реферати, доповіді
2	Тема 5. Маркетингова цінова політика Сутність маркетингової цінової політики. Класифікація цін. Фактори, які впливають на ціноутворення. Ціни та етапи ЖЦТ. Цілі ціноутворення та фактори, що впливають на ціноутворення.	2	Лекція	20.10.2020	[6] ст. 92-106
3	Тема 5. Маркетингова цінова політика Фактори та методи ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення та їх послідовність. Методи ціноутворення. Види цінових стратегій. Розробка тактики ціноутворення. "Страхування ціни". Психологічні ціни.	2	Лекція	21.10.2020	[6] ст. 92-106
4 5	Практична робота на тему "Етапи процесу ціноутворення. Вибір методу ціноутворення"	4	Практичне заняття	23.10.2020 27.10.2020	методичні вказівки, оформлення звіту
6	Тема 6. Розподіл в системі маркетингу Поняття системи збуту та його складові. Види каналів розподілу, їх переваги та недоліки .	2	Лекція	28.10.2020	[6] ст. 83-97 [8] ст. 87-92
7	Тема 6. Розподіл в системі маркетингу Рівень інтенсивності каналу розподілу. Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження товарів. Управління рухом товарів. Визначення цілей товароруку.	2	Лекція	30.10.2020	[6] ст. 83-97 [8] ст. 87-92
8	Тема 6. Розподіл в системі маркетингу Види торговельних посередників. Вибір торговельних посередників. Загальна структура оптової торгівлі. Класифікація організацій оптової торгівлі. Форми підприємств роздрібної торгівлі.	2	Лекція	03.11.2020	[6] ст. 83-97

9	Практична робота на тему "Управління запасами. Визначити елементи, що складають логістичну систему підприємства"	2	Практичне заняття	04.11.2020	методичні вказівки, оформлення звіту
10	Тема 7 Маркетингові комунікації Сутність, функції та цілі маркетингової політики комунікацій. Основні елементи системи маркетингових комунікацій. Напрямки формування позитивного іміджу фірми.	2	Лекція	06.11.2020	[4] ст. 151-155 [5] ст. 135-145
11	Тема 7 Маркетингові комунікації Стимулювання збуту. Персональні продажі та їх характеристика як засобів комунікацій. Поняття, значення, мета і завдання виставок та ярмарок. Прямий маркетинг. Паблік рілейшнз.	2	Лекція	10.11.2020	[4] ст. 151-155 [5] ст. 135-145,
12	Тема 7 Маркетингові комунікації Реклама та її завдання. Носії реклами. Види реклами. Критерії та показники для вибору носіїв реклами. Інші засоби маркетингових комунікацій	2	Лекція	11.11.2020	[6] ст. 83-97
13	Тема 7 Маркетингові комунікації Розробка комунікаційної програми. Етапи процесу планування комунікаційних заходів. Структура комунікаційного бюджету. Основні фактори, що впливають на обсяг комунікаційного бюджету.	2	Лекція	13.11.2020	[6] ст. 106-114
14 15	Практична робота на тему "Пошук рекламних мотивів на основі інформації про основні характеристики складових маркетингових комунікацій"	4	Практичне заняття	17.11.2020 18.11.2020	методичні вказівки, оформлення звіту
16	Семінар 5 "Маркетингові комунікації як засіб просування товару"	2	Семінарське заняття	20.11.2020	Реферати, доповіді
17	Тема 8. Стратегічне маркетингове планування Суть та послідовність здійснення стратегічного маркетингового планування. Види маркетингових стратегій, їх класифікація. Етапи розробки стратегії підприємства. Вимоги до маркетингових цілей.	2	Лекція	24.11.2020	[6] ст. 210-216
18	Тема 8. Стратегічне маркетингове планування Реалізація стратегії. Показники, які характеризують діяльність стратегій. Використання «SWOT-аналізу» для визначення позиції підприємства на ринку.	2	Лекція	25.11.2020	[7] ст. 181-190
19	Семінар 6 "Стратегічне планування в системі маркетингу"	2	Семінарське заняття	27.11.2020	Реферати, доповіді
20	Тема 9. Організація та контроль маркетингової діяльності Сутність і завдання організації служби маркетингу на підприємстві. Адаптивні організаційні структури. Функціональна будова служби маркетингу.	2	Лекція	01.12.2020	[7] ст. 191-210
21	Тема 9. Організація та контроль маркетингової діяльності Маркетинговий контроль. Об'єкти контролю. Проведення маркетингового аудиту. Суть ревізії маркетингу.	2	Лекція	02.12.2020	[7] ст. 191-210

22	Семінар 7 "Контроль в системі маркетингу"	2	Семінарське заняття	04.12.2020	Реферати, доповіді
23	Тема 10. Маркетинг послуг Ринок послуг та специфіка його формування. Становлення маркетингу послуг. Маркетингові інструменти сфери послуг. Управління сферою послуг. Формування ринку послуг. Моделі поведінки споживачів послуг.	2	Лекція	08.12.2020	[4] ст. 220-231
24	Тема 10. Маркетинг послуг Процес продуктування послуги та його учасники. Цінова політика в маркетингу послуг. Збут послуг. Комунікаційна політика сфери послуг.	2	Лекція	09.12.2020	[4] ст. 220-231
25	Семінар 8 "Інструменти маркетингу сфери послуг"	2	Семінарське заняття	11.12.2020	Реферати, доповіді
26	Тема 10. Маркетинг інновацій Сутність поняття маркетингу інновацій. Новітні концепції маркетингу. Особливості інноваційного маркетингу в Україні. Інноваційні різновиди маркетингу та їх характеристика. Інновації у маркетингових дослідженнях.	2	Лекція	15.12.2020	[3] ст. 10-18
27	Тема 10. Маркетинг інновацій Процес створення маркетингових інновацій: сутність та етапи. Джерела розробки маркетингових інновацій. Методи генерації та відбору інноваційних ідей.	2	Лекція	16.12.2020	[3] ст. 20-26
28	Тема 10. Маркетинг інновацій Маркетингові інноваційні стратегії. Стратегія «блакитного океану»: сутність та переваги. Варіанти утворення стратегії. Процес розробки стратегії.	2	Лекція	18.12.2020	[3] ст. 20-26

ЛІТЕРАТУРА

Основна

- 1 Є.О. Балацький, А. Ф. Бондаренко Маркетинг: навчальний посібник, С: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015
- 2 С.В. Близнюк Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку, К: Політехніка, 2009
- 3 О.В. Жегус Маркетинг інновацій, Харків, 2017
- 4 А.В. Катаєв Маркетинг: навчальний посібник, Харків, 2016
- 5 Ларіна Я.С., Чеботар С.І., Арестенко Т.В., Арестенко В.В. Маркетинг: навчальний посібник, Суми, 2014
- 6 Н.Д. Маслій Маркетинг, О: Астропринт, 2017
- 7 Петруня Ю.Є. Маркетинг: навчальний посібник, Дніпропетровськ, 2016
- 8 Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник, Київ, 2014

Додаткова

- 9 Крикавський Є. та ін. Маркетингова товарна політика Підручник, Львів, 2012
- 10 Фірсова С.Г. Маркетинг нововведень: навчальний посібник – К: Атіка, 2010
- 11 Н.І. Чухрай Маркетинг інновацій, Львів, 2011
- 12 Журнал «Маркетинг в Україні» <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua>
- 13 Журнал «Маркетинг і реклама» <https://mr.com.ua>
- 14 Журнал «Маркетинг і технології» <https://mdt-opu.com.ua>
- 15 Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>