

ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор НТУУ «КПІ»

Ю. І. Якименко

« _____ » _____ 2011 р.

ПРОГРАМА

курсу підвищення кваліфікації працівників
«Маркетинг»
(спеціальності «Менеджмент організацій»)

Ціль курсу: розширити систему знань щодо закономірностей розвитку маркетингового процесу на сучасному ринку, виробити практичні вміння та навички їх використання на підприємствах України, відрізнити «виробниче» мислення від «ринкового».

Основні задачі курсу:

В результаті вивчення курсу слухачі повинні знати та вміти:

- розширити базові теоретичні знання щодо змісту та суті маркетингової діяльності в сучасних ринкових умовах;
- опанувати основні концепції вивчення попиту та методи його оцінки;
- оцінювати вплив факторів маркетингового середовища на діяльність організації;
- виявляти і аналізувати фактори, які визначають поведінку споживачів на ринку;
- розробляти варіанти маркетингових стратегій у відповідності до визначених цілей, проводити сегментацію ринку та позиціонування товару;
- планувати та проводити маркетингові дослідження відповідно до цілей конкретної організації;
- визначати рівень конкурентоздатності організацій та товарів;
- розуміти етапи та генерувати процес розвитку нового товару;
- приймати рішення про створення і використання товарних марок;
- усвідомлювати функції упаковки;
- визначати цілі ціноутворення в залежності від загальних цілей організації, розробляти цінову стратегію і пояснювати доцільність підвищення і зниження цін в залежності від впливу ринкових факторів;
- визначати мету збутової політики і засоби її реалізації, будувати канали розподілу;
- організовувати просування товарів і послуг;
- обирати оптимальну форму організації маркетингу, планувати, організовувати та контролювати діяльність служб маркетингу;

Аудиторні заняття

№ п/п	Теми занять	Розподіл годин		
		Кількість годин	Лекції	Практи заняття
1	УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ	6	3	3
	1. Сутність сучасного маркетингу			
	2. Загальна схема управління маркетингом			
	3. Концепції управління маркетингом			
	4. Суть та система маркетингових планів			
	5. Організація маркетингу на підприємстві			
2	МАРКЕТИНГ І СУСПІЛЬСТВО	6	3	3

	1. Критика маркетингу з боку суспільства			
	2. Вплив маркетингу на суспільство			
	3. Проблеми сучасного маркетингу			
3	МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ	6	3	3
	1. Мікросередовище функціонування організації			
	2. Макросередовище функціонування організації			
4	АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКУ	6	3	3
	1. Основні концепції визначення попиту			
	2. Методи оцінки попиту			
	3. Аналіз ринку			
5	ТЕОРІЯ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ	6	3	3
	1. Вибір ринкової стратегії			
	2. Фактори сегментації			
	3. Критерії вибору цільового сегменту			
6	ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	6	3	3
	1. Конкурентні переваги, аналіз конкурентів			
	2. Сучасні підходи до конкурентних стратегій			
7	МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ	6	3	3
	1. Модель поведінки покупців на різних ринках			
	2. Схема процесу прийняття рішення про купівлю			
8	МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА	6	3	3
	1. Суть МІС та характеристика складових			
	2. Процес маркетингового дослідження			
9	ТОВАР В МАРКЕТИНГУ	6	3	3
	1. Товар, послуга, товарна політика			
	2. Упаковка, як інструмент ефективного маркетингу			
	3. Суть теорії ЖЦТ			
	4. Суть інновації, програма та ризики створення НТ			
	5. Фірмовий стиль, марочні стратегії			
10	МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА ЦІНИ	6	3	3
	1. Основні підходи до ціноутворення			
	2. Встановлення ціни на нові товари			
	3. Коригування та зміна цін			
11	КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ	6	3	3
	1. Принципи функціонування каналів розподілу			
	2. Рішення про управління каналами розподілу			
	3. Товарорух та маркетингова логістика			
12	КОМПЛЕКС ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ	6	3	3
	1. Сучасні інтегровані маркетингові комунікації			
	2. Реклама			
	3. Стимулювання збуту			
	4. Комерційна пропаганда			
	5. Прямий маркетинг			
	6. Спонсорство, виставки та ярмарки			
	ВСЬОГО	72	36	36

Самостійна робота. Консультації. Випускна робота

№з/п	Теми занять	Розподіл часу
------	-------------	---------------

1	Виконання самостійної роботи з підготовки профілю	6
	Разом	6

Загальна кількість годин:

78

Директор НМК ІПО НТУУ «КПІ»

І. Г. Малюкова

Директор ВПІ НТУУ «КПІ»

П. О. Киричок