

**Метою** викладання курсу «Менеджмент маркетингової діяльності підприємств» є формування у магістрів сучасної системи поглядів на організацію бізнес-процесів на ринках товарів та послуг, набуття практичних навичок стосовно проведення досліджень ринку та просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективної діяльності організації.

**Основними завданнями**, які мають бути вирішені у процесі вивчення дисципліни, є:

- вивчення впливу зовнішніх факторів на діяльність підприємства;
- оволодіння навичками організації та проведення досліджень ринків;
- оволодіння методиками збору інформації про споживчі ринки;
- набуття глибоких знань стосовно сегментації ринку та вибору цільових сегментів;
- вміння розробляти комплекси заходів, що відповідають товарній, ціновій, збутовій та комунікаційній політиці підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**Знати:** фактори зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства; сутність та ознаки сегментації ринку; стратегії позиціонування продукції; складові комплексу впливу на попит продукції; методологічні основи проведення досліджень ринків.

**Вміти:** оцінювати можливості та загрози для організації у зовнішньому середовищі; здійснювати сегментацію ринків; позиціонувати продукцію підприємства на ринку; приймати управлінські рішення стосовно товарного асортименту підприємства, цінової політики, формування каналів збуту та комунікаційної політики; збирати необхідну інформацію під час проведення досліджень ринків.