***Інформація про навчальну дисципліну вільного вибору***

|  |  |
| --- | --- |
| Назва навчальної дисципліни | Бізнес-маркетинг та комунікації |
| Семестр | 7 |
| Кафедра | Менеджменту і підприємництва |
| Факультет | Бізнесу та сфери обслуговування |
| Короткий опис дисципліни | В дисципліні «Бізнес-маркетинг та комунікації» сформульовано теоретичні, методологічні та практичні питання розвитку бізнесу з урахуванням інструментів маркетингу. В логічній послідовності представлено напрями впливу інструментів маркетингу, зокрема маркетингових комунікацій на активізацію процесу продажу та ефективність бізнесу |
| Мета та ціль дисципліни | Ознайомити з сучасними концепціями, підходами і методами управління поведінкою споживачів на ринку товарів і послуг. Виробити навички формування маркетингових стратегій з урахуванням специфіки бізнесу |
| Результати навчання (навички, що отримає здобувач вищої освіти після вивчення навчальної дисципліни) | Здатність :* набуття навичок збору, аналізу та інтерпретації різних джерел інформації (внутрішньої і зовнішньої, вторинної та первинної);
* застосовувати маркетингові інструменти залучення клієнтів для бізнесу;
* формувати маркетингову стратегію і обґрунтовувати тактику поведінки в конкурентному бізнес - середовищі;
* визначати маркетингові комунікації, що дозволяють активізувати процес продажу, стимулювати реалізацію товарів і послуг, раціоналізувати процес обслуговування споживачів
 |
| Перелік тем | Тема 1. Особливості бізнес-маркетингу компанійТема 2. Купівельна поведінка споживачів на бізнес-ринкахТема 3. Формування маркетингової стратегії на бізнес-ринкахГлава 4. Аналіз попиту і прогнозування продажівГлава 5. Сегментування ринку і позиціонуванняТема 6. Продуктові стратегії та обслуговуванняТема 7. Управління каналами дистрибуціїТема 8. Планування і управління продажами в сфері b-2-bГлава 9. Організація роботи збутового персоналуГлава 10. Реклама, стимулювання збуту і PRТема 11. Стратегії ціноутворення |
| Система оцінювання  | Максимальна кількість балів по темі – 100, мінімальна – 60. Бал по дисципліні варіюється (від 60 до 100 балів) та визначається шляхом обчислення середнього арифметичного значення, з урахуванням кількості тем |
| Форма контролю | залік |
| Лектор | D:\Диск Д\НОВЕ\Нові статті\НОВІ СТАТТІ 2013\ЕКОНОМІЧНИЙ ЧАСОПИС\фото Юшкевич.JPG | Юшкевич Олена Олександрівнакандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і підприємництва |