***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 компаній  Тема 2. Купівельна поведінка споживачів на бізнес-ринках  Тема 3. Формування маркетингової стратегії на бізнес-ринках  Глава 4. Аналіз попиту і прогнозування продажів  Глава 5. Сегментування ринку і позиціонування  Тема 6. Продуктові стратегії та обслуговування  Тема 7. Управління каналами дистрибуції  Тема 8. Планування і управління продажами в сфері b-2-b  Глава 9. Організація роботи збутового персоналу  Глава 10. Реклама, стимулювання збуту і PR  Тема 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  Олександрівна  кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і підприємництва |