

МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

В сільському господарстві України дрібний та середній бізнес є домінуючим. На частку середніх та дрібних підприємств сільського, лісового та рибного господарства припадає відповідно близько 50 та 30% обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) усіх підприємств галузі.

Розвиток дрібного підприємництва є універсальним засобом для вирішення проблем сталого розвитку сільської місцевості в усіх розвинених країнах.

Насьогодні жодне підприємство не виживе без використання маркетингу.

У малому бізнесі маркетингова діяльність має ряд особливостей, що потребують окремого детального вивчення.

Предметом є маркетингова діяльність підприємств малого бізнесу за напрямками та управління нею з урахуванням особливостей функціонування таких підприємств.

Завданнями викладання є надання знань з питань:

- теоретичних та методичних основ маркетингу малих підприємств;
- системного підходу до маркетингу підприємства малого бізнесу;
- вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу;
- розробки та реалізації складових комплексу маркетингу у малих підприємствах

У результаті вивчення дисципліни ви будете знати:

- особливості маркетингу підприємства малого бізнесу,
- основні етапи та методи маркетингового дослідження,
- сутність та складові маркетингового середовища,
- етапи процесу стратегічного маркетингового планування та моделі прийняття стратегічних рішень,
- сутність маркетингової товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики,
- зміст та особливості управління маркетингом підприємства малого бізнесу.

У результаті вивчення дисципліни ви набудете уміння:

- характеризувати зміст маркетингової діяльності підприємства малого бізнесу на кожному з її етапів,
- аналізувати ринкові можливості,
- здійснювати вибір цільових ринків,
- розробляти комплекс маркетингу та заходи щодо його впровадження,
- проводити маркетингові дослідження;
- характеризувати ринок і ділити його на сегменти;
- характеризувати товари;
- використовувати вчення про життєвий цикл товару ;
- організовувати збутову діяльність підприємства;
- визначати елементи комплексу маркетингових комунікацій і розрахувати бюджет маркетингу підприємства малого бізнесу.

Лекційний курс включає теми:

Тема 1. Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу

Тема 2. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу

Тема 3. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу.

Тема 4. Маркетингова товарна політика підприємств малого бізнесу

Тема 5. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу

Тема 6. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу

Тема 7. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу