

ВСТУП	5
1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ. МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ЗВ'ЯЗКИ	6
2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА РОБОТИ НАД КЕЙСОМ.....	7
3. ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ СИТУАЦІЙНИХ ВПРАВ.....	10
Тема 1. Організація відділу маркетингу на підприємстві	10
Ситуаційна вправа 1.....	13
Тема 2. Розробка стратегії маркетингу.....	15
Ситуаційна вправа 2.....	18
Тема 3. Дослідження маркетингового середовища підприємства.....	22
Ситуаційна вправа 3.....	26
Тема 4. Товарна політика підприємства	29
Ситуаційна вправа 4.....	34
Тема 5. Цінова політика підприємства.....	35
Ситуаційна вправа 5.....	38
Тема 6. Збутова політика підприємства	40
Ситуаційна вправа 6.....	41
Тема 7. Комунікаційна політика підприємства.....	43
Ситуаційна вправа 7.....	48
Тема 8. Планування маркетингу	50
Ситуаційна вправа 8.....	53
Тема 9. Оцінка маркетингової діяльності підприємства (теорія та ситуаційна вправа).....	56
4. ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	61
4.1. Питання до самостійної роботи.....	61
4.2. Теми рефератів	52

4.3. Система «Консультант» – система стимульованого взаємонавчання студентів	62
5. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ	65
6. ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	68
6.1. Сучасні ринкові умови функціонування промислових підприємств	68
6.2. Актуальні проблеми розвитку маркетингу в Україні	81
6.3. Теоретико-методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств.	96
6.4. Аналіз резервів підприємства на основі маркетингових досліджень	124
7. БІЗНЕС-ПЛАН: МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ	132
Рекомендована література	142
Додаток А	147
Додаток Б	148
Додаток В	163