



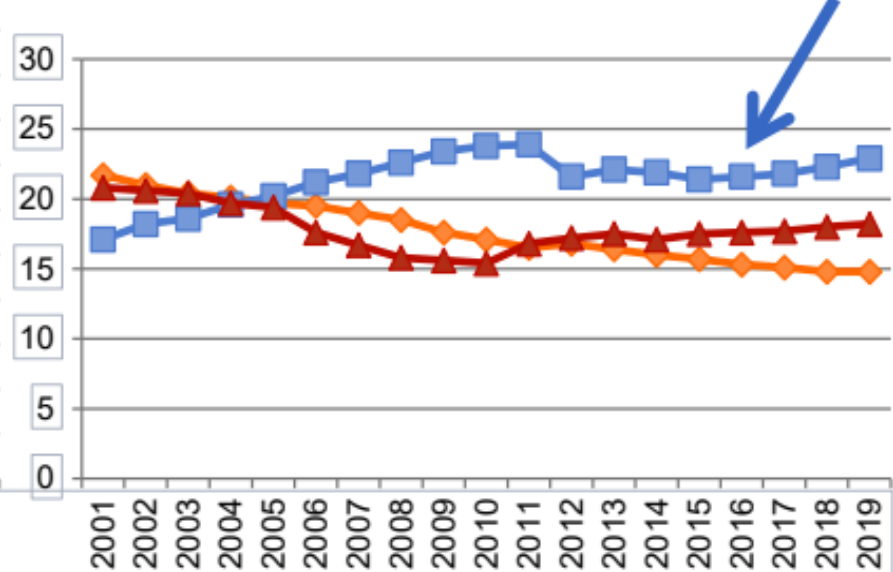
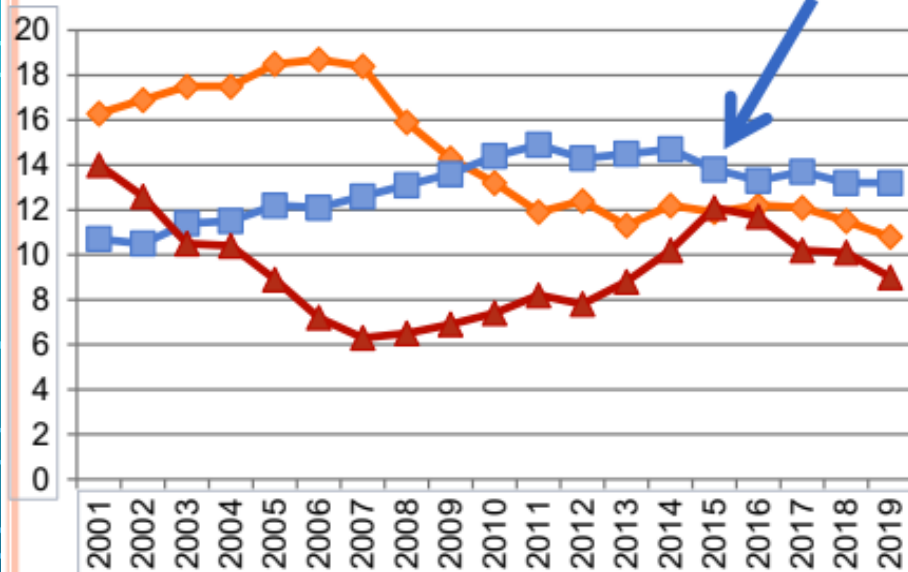
ТОРГОВЕЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ SALES MARKETING

Навчальна дисципліна за вибором студентів

ЗНАЧЕННЯ ТОРГІВЛІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ НЕВПИННО ЗРОСТАЄ

Частка торгівлі у ВВП

Частка торгівлі у кількості зайнятих



◆ Переробна промисловість
■ Оптова та роздрібна торгівля
▲ Сільське господарство

◆ Переробна промисловість
■ Оптова та роздрібна торгівля
▲ Сільське господарство

○ Маркетинг підприємств торгівлі має суттєву специфіку, для вивчення якої найкращі умови забезпечує саме ДТЕУ.



ДИСЦИПЛІНА ВИВЧАЄ ОСОБЛИВОСТІ

саме **торговельного маркетингу** (Sales Marketing), а не **трейд-маркетингу** (Trade Marketing):

- **трейд-маркетинг** – це маркетингова діяльність виробників в місцях роздрібного продажу з метою забезпечити найкращі умови збуту для своїх товарів
- **торговельний маркетинг** – це маркетингова діяльність підприємств торгівлі (як оптової, так і роздрібної) з метою забезпечити продаж всіх товарів, що присутні в їх асортименті.



ДИСЦИПЛІНА ОХОПЛЮЄ ТАКІ ТЕМИ:

1. Сутність торговельного маркетингу



- особливості, цілі, завдання, інструменти маркетингу в торгівлі

2. Маркетингове середовище підприємства торгівлі



- тренди сучасності, що визначають напрями розвитку торгівлі, вплив COVID-19 та воєнного стану на підприємства торгівлі

ДИСЦИПЛІНА ОХОПЛЮЄ ТАКІ ТЕМИ:

3. Сегментування ринку і позиціювання торговельних послуг



- сегментування, вибір цільового ринку, позиціювання (імідж підприємства, брендинг, місце розташування, дизайн)

4. Маркетингова асортиментна політика підприємства торгівлі



- асортиментний перелік, ширина та глибина асортименту, товарні категорії, SKU, власні торговельні марки

ДИСЦИПЛІНА ОХОПЛЮЄ ТАКІ ТЕМИ:

5. Маркетингове ціноутворення в торгівлі



- фактори, цілі та стратегії ціноутворення в торгівлі, методи обґрунтування цін, цінова тактика

6. Маркетингові комунікації підприємства торгівлі



- засоби комунікацій, орієнтовані на ринок в цілому та на застосування в місцях продажу

ДИСЦИПЛІНА ОХОПЛЮЄ ТАКІ ТЕМИ:

7. Маркетингова логістика на підприємствах торгівлі



- маркетингові політики закупівель та розподілу, їх цілі та стратегії ; маркетингові посередники в каналах розподілу

8. Маркетинг взаємовідносин в торгівлі



- управління взаємовідносинами з покупцями (CRM) та партнерами (PRM)

ДИСЦИПЛІНА ОХОПЛЮЄ ТАКІ ТЕМИ:

9. Соціально-етичний маркетинг в торгівлі



- етика маркетингу в торгівлі, безпека використання товарів, захист прав споживачів, корпоративна соціальна відповідальність

10. Цифрові технології в торговельному маркетингу



- інформаційні технології маркетингу підприємств торгівлі в системі B2B та B2C



ДИСЦИПЛІНА ОХОПЛЮЄ ТАКІ ТЕМИ:

13. Організація та контроль в торговельному маркетингу



- організація маркетингової діяльності на підприємствах торгівлі та контроль маркетингу в торгівлі

Запрошуємо вивчати навчальну дисципліну ←

за вибором студентів ←

«Торговельний маркетинг»!

