**План лекцій**

**Розділ 1. Розуміння маркетингу, місце і роль маркетингу у компанії.**

Тема 1. Розуміння маркетингу: поняття, мета, сутність. Специфіка та задачі маркетингу.

Тема 2. Концепція 4Р. Предмет та інструменти дослідження в межах концепції.

**Розділ 2. Поняття ринку.**

Тема 1. Вивчення ринку: оцінка розмірів, Структура ринків.

Тема 2. Стадії розвитку ринку.

Тема 3 Порівняльні характеристики ринків.

Тема 4 Зовнішнє і внутрішнє маркетингове середовище компанії. Аналіз факторів зовнішнього оточення.

Тема 5 Обсяг і місткість ринку. Методи оцінки, джерела інформації.

**Розділ 3. Методи маркетингових досліджень.**

Тема 1. Маркетингові дослідження: історія становлення, сучасність, актуальні потреби сучасного бізнесу у застосуванні досліджень.

Тема 2. Маркетингові дослідження: цілі, завдання, етапи, види.

Пошук оптимальних методів для обраних задач та умов, формування спроможності враховувати різноманітні фактори для обрання тих, чи інших методів

Тема 3. Кабінетні дослідження.

Тема 4. Якісні дослідження.

Тема 5. Кількісні дослідження.

Тема 6. Сучасні методи та методики. Особливості застосування, вади та переваги

Тема 7 Виконавець дослідження: самотужки чи залучення сторонньої організації

Тема 8 Бюджет маркетингового дослідження.