

Назва дисципліни		СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ			
Рівень вищої освіти		другий (магістерський) рівень			
Назва спеціальності		Маркетинг			
Назва спеціалізації					
Форма навчання		денна			
Кафедра, що забезпечує		Маркетинг			
курс	1	семестр	9	Викладач	Замлинська О.В.
А	Мета і задачі дисципліни				
	<p>Формування системи поглиблених теоретичних знань щодо стратегічного маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методологічних та організаційних засад його використання на підприємствах та формування практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення теорії стратегічного маркетингу, методології маркетингових досліджень; - формування вмінь та набуття практичних навичок проведення маркетингового стратегічного аналізу; - розроблення та планування маркетингових стратегій та їх реалізації підприємствами та організаціями; - опанування сучасних методів управління маркетинговою і комунікаційною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу продукції; - набуття вмінь та навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності економіко-виробничої діяльності підприємств та організацій; - засвоєння змісту та основних напрямків кон'юнктурних досліджень ринків факторів виробництва та споживання товарів; - засвоєння сутності комерційних зв'язків і договірних відносин підприємств, системи організації ринків, специфіки матеріально-технічної бази бізнесової діяльності; - отримання навичок застосування сучасних методів оцінки показників фінансово-економічного та організаційного рівня роботи підприємств. 				
В	Тематика дисципліни				
	<ol style="list-style-type: none"> 1. СУТНІСТЬ І СФЕРА СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА 3. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЧНА СЕГМЕНТАЦІЯ 4. ФОРМУВАННЯ І ВИБІР ЦІЛЬОВИХ СЕГМЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА 5. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ БІЗНЕСУ ФІРМИ 6. ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА 7. МАРКЕТИНГОВІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ 8. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ 9. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ 10. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ 				
С	Стиль та методика навчання				
Організаційно-методичні форми вивчення	Лекційні заняття, практичні заняття.				

Форми контролю	Модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання, усний екзамен.
Д	<p>Компетентності</p> <p>ЗК1 Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>СК 6 Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК 8 Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p>
Е	<p>Основні результати навчання</p> <p>Знати:</p> <p>РН 1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів стратегічного маркетингу.</p> <p>РН 2. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері стратегічного маркетингу.</p> <p>РН 3. Здійснювати діагностування та аналіз показників маркетингової діяльності підприємства та реалізацію маркетингових стратегій.</p> <p>РН 4. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі стратегічного маркетингу, як однієї з підсистем маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 5. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття стратегічних маркетингових рішень..</p> <p>РН 6. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику стратегічної маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</p> <p>РН 7. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН 8. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p>