

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування професійних компетентностей щодо теоретичних та практичних основ сутності і змісту методів аналізу ринку, зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства та розвиток наукового мислення щодо розробки маркетингової стратегії на основі проведеного аналізу.

Основні завдання навчальної дисципліни: навчитися аналізувати стан внутрішнього середовища підприємства та тенденції його розвитку; навчитися аналізувати стан зовнішнього середовища підприємства та тенденції його розвитку; навчитися аналізувати привабливість ринку, окремих його сегментів та конкурентоспроможність підприємства в конкретних сегментах; оволодіти методикою сегментування ринку, вибору цільових ринкових сегментів та позиціонування товару підприємства в обраних ринкових сегментах; розробляти маркетингові стратегії в тісному взаємозв'язку із корпоративною (діловою) стратегією підприємства; вміти визначати стратегічні рішення стосовно елементів комплексу маркетингу; розробляти маркетинговий план.

Компетентності:

загальні:

ЗК1 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК6 Здатність розробляти та управляти проектами

фахові:

СК1 Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень

Програмні результати навчання:

ПРН 14 Розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу.

Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.

Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства.

Тема 4. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку.

Тема 5. Маркетингові стратегії росту.

Тема 6. Управління бізнес-портфелем підприємства.

Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.