



Навчально-науковий інститут економіки,  
управління, права та інформаційних технологій

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**Стратегічний маркетинг**

Освітньо-професійна програма Економіка підприємства  
спеціальність 051 Економіка  
галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
освітній ступінь Магістр

Розробник:

**Герасимчук Наталія** –

професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор

Гарант ОПП:

**Березіна Людмила** –

професор кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,  
д.е.н., професор



<b>Назва навчальної дисципліни</b>	<b>Стратегічний маркетинг</b> вибіркова дисципліна професійної підготовки
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	Викладач: <b>Герасимчук Наталія</b> , д.е.н., професор Контакти: ауд. 472, навчальний корпус №4 e-mail: marketing@pdaa.edu.ua, тел.: (0532)569824, сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/gerasimchuk-nataliya-andriyivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/gerasimchuk-nataliya-andriyivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з маркетингу: За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню Стратегічного маркетингу – «Стратегії розвитку соціально-економічних систем», «Обґрунтування соціально-економічних проектів»

### Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг» дозволить оволодіти теоретичними знаннями із маркетингових стратегій та набути практичних навичок щодо розробки стратегії маркетингу з урахуванням зовнішніх і внутрішніх сил та факторів які впливають на маркетингову діяльність підприємства для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективно діяльності фірми.

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни** є вивчення та оволодіння студентами методами аналізу ринку 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.

<b>Компетентності:</b>		<b>Програмні результати навчання:</b>
<i>загальні:</i>	<i>фахові:</i>	
ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК 6. Здатність розробляти та управляти проектами	СК 1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень.	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 сем. контролю – залік.

## Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча навчальна програма.

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, бали				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи		
			Презентація	Розробка кросворду	
Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу.	2	3			5
Тема 2. Аналіз маркетингового середовища.	5	3	10	10	28
Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства.	5	3			8
Тема 4. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку.	5	3			8
Тема 5. Маркетингові стратегії росту.	5	2	10		17
Тема 6. Управління бізнес-портфелем підприємства.	5	2			7
Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.	5	2	10	10	27
<b>Разом</b>	<b>32</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

### Рекомендовані джерела інформації

1. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. *Дніпро: Пороги*, 2020. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387>.

2. Писаренко В.В., Шталь Т.В., Гуржій Н.Г., Мелушова І.Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект: монографія. Харків: Видавництво «Лідер», 2017. 230 с. URL: <http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274>.

3. Багорка М.О., Писаренко В.В. Маркетингові стратегії екологічно спрямованих інновацій в аграному виробництві. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу: колективна монографія. За ред. Л.М. Савчук, М.О. Багорка. *Дніпро: Журфонд*. 2019. С. 178-189. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8441>.

4. Писаренко В.В., Дем'яненко Н.В., Назаренко Є.О. Формування стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. Економіка та суспільство. 2018. № 18. *Index Copernicus* URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18\\_ukr/72.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf).