

## **Навчальна дисципліна: СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ**

**Статус:** нормативний

**Курс:** 5

**Семестр:** 9

**Кількість залікових кредити ECTS** 3,0

**Попередні умови для вивчення:** навчальні дисципліни – “Маркетинг”, “Менеджмент”, “Інформаційне забезпечення маркетингу”

### **Опис дисципліни**

**Мета:** засвоєння теоретичних знань про маркетингові стратегії і формування практичних навичок керування стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства

**Завдання:** вивчити сутність і сфери стратегічного маркетингу, вплив маркетингового середовища на стратегічну маркетингову діяльність підприємства, придбання умінь стратегічного маркетингового аналізу і проектування маркетингових стратегій

**Предмет:** стратегічна маркетингова діяльність підприємства

### **Змістовні модулі:**

Модуль 1. Стратегічний аналіз

Модуль 2. Маркетингові стратегії

**Форми та методи навчання:** лекції, аналітичні практичні завдання, семінари-дискусії, курсове завдання, практична підготовка за комплексною фаховою програмою на підприємствах, участь у виконанні НДР кафедри

### **Форми організації контролю знань:**

Модульний контроль (за М1 – комплекс практичних завдань, за М2 – робота за кейсами) – 9 семестр

Курсова робота – 9 семестр

Іспит – 9 семестр

### **Система оцінювання успішності студентів:**

Підсумкова оцінка складається із оцінок за модулями (50%) та оцінки на іспиті (50%)

Іспит складається в письмовій формі (3 ак. години)

Оцінювання відбувається за національною шкалою та шкалою ECTS

**Навчально-методичне забезпечення:** УМКД – робоча програма, опорні матеріали для самостійної роботи студентів, навчальні посібники, пакет

розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести. В наявності електронний варіант.

*Мова викладання:* українська, російська.

*Література:*

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учеб. для вузов: Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М, 1999.- 803с.
2. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: 2-е видання, випр. і доп. – К.: ІВЦ «Політехніка», 2004. – 402 с.
3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. пос. – К.: КНЕУ, 2000. –360 с.
4. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 584 с.
5. Семеняк И.В. Общий курс маркетинга: Учебное пособие. – Х.: РА, 2000. – 344 с.
6. Семеняк И.В. Философия маркетинга. Модуль академического образования по специальности «Маркетинг»: Учебное пособие. – Х.: ХНУ, 2004. – 80 с.
7. Семеняк И.В. Стратегический маркетинг. Опорные материалы для самостоятельной работы студентов. – Х.: ХНУ, 2004. – 84 с.