

## Стратегічний маркетинг

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** 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.

### **Компетентності:**

#### ***Загальні:***

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК 5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт

#### ***Фахові:***

СК 5. Здатність використовувати сучасні технології аналізу даних для оптимізації процесів в інформаційних системах.

СК 8. Здатність до керування результатами науково-дослідної діяльності та комерціалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності, здійснення їх фіксації та захисту.

### ***Програмні результати навчання***

ПРН 6. Обґрунтовувати вибір технічних та програмних рішень з урахуванням їх взаємодії та потенційного впливу на вирішення організаційних проблем, організувати їх впровадження та використання.

### **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 4,0

Форма семестрового контролю залік