

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності підприємств різних галузей економіки з урахуванням принципів сталого розвитку.

Основні завдання навчальної дисципліни: теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти з питань: поняття, категорій та процесів маркетингового менеджменту; вивчення системи методів, алгоритмів та інструментарію управління маркетинговою діяльністю на підприємстві; опанування практичних навичок з маркетингового планування, формування організаційних маркетингових структур на підприємстві, контролю й аналізу маркетингової діяльності; набуття вміння творчого пошуку напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, що допоможе вирішенню конкретних маркетингових завдань і виконанню відповідних функцій.

Компетентності:

загальні:

ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК 7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

фахові:

ФК 4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації

ФК 5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління

ФК 9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію

ФК 11. Здатність застосовувати знання та уміння в галузі маркетингу щодо формування комплексу маркетингу, створення системи стратегічного маркетингу та забезпечення ефективного розвитку підприємства в динамічному ринковому середовищі

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах

ПРН 3. Проектувати ефективні системи управління організаціями

ПРН 5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах

ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність

ПРН 12. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом)

ПРН 13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу)

ПРН 14. Застосовувати знання та уміння в галузі маркетингу щодо формування комплексу маркетингу, створення системи стратегічного маркетингу та забезпечення ефективного розвитку підприємства в динамічному ринковому середовищі

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Загальне поняття маркетингового менеджменту

Тема 2. Процес маркетингового менеджменту

Тема 3. Організація маркетингового менеджменту

Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві

Тема 5. Сутність і система маркетингового планування

Тема 6. Стратегії маркетингу

Тема 7. Маркетингове стратегічне планування

Тема 8. Маркетингові програми

Тема 9. Тактичне і оперативне планування маркетингу

Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 105 год.

Кількість кредитів 3,5

Форма семестрового контролю екзамен