

АНОТАЦІЯ **навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент»**

Загальний обсяг навчальної дисципліни – 6 кредитів (180 годин)

Метою навчальної дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є формування у здобувачів освіти системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності промислового підприємства на принципах сталого розвитку.

Засвоєння цього курсу повинне виробити у здобувачів освіти навички професійного використання понятійно-категоріального апарату навчальної дисципліни, розуміння й аналізу сутності маркетингового менеджменту, посприяти формуванню практичних навичок, розвинути логічне мислення та активізувати пізнавальну діяльність і творчу працю.

Завдання вивчення навчальної дисципліни

1. Ознайомлення здобувачів освіти з відповідними поняттями, категоріями і процесами маркетингового менеджменту;
2. Вивчення системи методів, алгоритмів й інструментарію управління маркетинговою діяльністю на підприємстві;
3. Опанування практичних навичок з маркетингового планування, формування організаційних маркетингових структур на підприємстві, контролю й аналізу маркетингової діяльності;
4. Набуття вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів та методів управління маркетинговою діяльністю підприємства;
5. Вирішення маркетингових завдань і виконання відповідних функцій.

Дисципліни, вивчення яких обов'язково передусь цій навчальній дисципліні: «Мікроекономіка», «Макроекономіка».

ПЕРЕЛІК ЗАГАЛЬНИХ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

- ЗК9. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.
- ЗК10. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК13. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ПЕРЕЛІК СПЕЦІАЛЬНИХ (ФАХОВИХ) ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА:

СК2. Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами.

СК6. Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

СК7. Здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів.

СК8. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудова відносин.

СК10. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.

СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

СК13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності.

СК14. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

ПЕРЕЛІК ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА:

1. Асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти, визнавати верховенство права, зокрема у професійній діяльності, розуміти і вміти користуватися власними правами і свободами, виявляти повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу.

4. Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем.

5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

8. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

15. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

22. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах.

23. Показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення.

24. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних принципів, цінувати та поважати культурне різноманіття, індивідуальні відмінності людей.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен:

знати:

- теоретичні підходи щодо розуміння маркетингового менеджменту;
- теоретико-методологічні основи процесу маркетингового менеджменту;
- сутність і зміст корпоративних, конкурентних стратегій та стратегій маркетингу;
- теоретико-методичні підходи щодо маркетингового стратегічного, тактичного й оперативного планування

вміти:

- визначати проблеми, заходи впровадження маркетингового менеджменту;
- забезпечувати організацію маркетингового менеджменту підприємства;
- брати участь у створенні маркетингових організаційних структур;
- здійснювати маркетингове планування;
- вирізняти особливості маркетингових стратегій для великих, середніх і малих підприємств;
- застосовувати алгоритм розроблення маркетингових програм;
- здійснювати контроль та аналіз маркетингової діяльності.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту.

Еволюція маркетингового менеджменту. Сутність, зміст, мета і завдання маркетингового менеджменту. Необхідні заходи і проблеми впровадження маркетингового менеджменту в ринкових умовах.

Тема 2. Процес маркетингового менеджменту.

Завдання процесу маркетингового менеджменту. Основні процедури процесу управління маркетингом підприємства.

Тема 3. Організація маркетингового менеджменту. Концептуальна база як основа організації маркетингового менеджменту підприємства.

Ділова етика в організації маркетингового менеджменту. Репутація та імідж підприємства. Діловий етикет

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві.

Сутність, цілі, функції та завдання організаційних структур маркетингу. Еволюція організаційних структур маркетингу. Способи організації маркетингових структур. Сучасні тенденції розвитку організаційних структур маркетингу. Принципи, алгоритм та вимоги створення маркетингових структур.

Тема 5. Сутність і система маркетингового планування.

Поняття, функції, принципи, завдання і етапи маркетингового планування. Система маркетингового планування. Маркетинговий план як результат маркетингового планування.

Тема 6. Стратегії маркетингу.

Теоретичні основи формування стратегії підприємства. Корпоративні стратегії: зміст та види. Конкурентні стратегії. Сутність і зміст стратегій маркетингу. Маркетингові стратегії малих підприємств. Особливості стратегії зростання середніх підприємств. Особливості стратегії зростання великих підприємств.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3

Тема 7. Маркетингове стратегічне планування.

Маркетингове стратегічне планування: сутність, мета, завдання, значення та особливості. Етапи маркетингового стратегічного планування.

Тема 8. Маркетингові програми.

Сутність, зміст та основні завдання розроблення маркетингових програм. Алгоритм розроблення програми комплексу маркетингу.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4

Тема 9. Тактичне і оперативне планування маркетингу.

Сутність тактичного маркетингового планування. Структура та зміст маркетингового тактичного плану. Сутність та характерні риси маркетингового оперативного планування. Порядок розроблення маркетингових оперативних планів.

Тема 10. Контроль та аналіз маркетингової діяльності.

Сутність та процес контролю маркетингової діяльності. Контролінг маркетингу. Ревізія маркетингу. Маркетинговий аудит: сутність та процес.

Вид семестрового контролю: залік.