



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетингова стратегія управління проектами»

Ступінь вищої освіти - Магістр

Спеціальність 074 «Менеджмент»

Освітня програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами»

Рік навчання ___1___, семестр ___1___

Форма навчання _____ (денна, заочна)

Кількість кредитів ЄКТС ___4___

Мова викладання українська

Лектор курсу

Контактна інформація
лектора (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

Вишнівська Богдана Вікторівна, к.е.н., доц

vyshnivska@nubip.edu.ua

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2548>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою дисципліни є засвоєння теоретичних основ та опанування практичних навичок стратегічної маркетингової діяльності підприємства, зокрема, надання знань про головні напрямки застосування інструментів стратегічного маркетингу щодо формування й реалізації стратегій, пошуку конкурентних переваг на ринку, створення комерційно вигідних товарів.

Завдання:

- 1) вивчення визначальних положень стратегічного маркетингу, методів ефективного застосування результатів стратегічного аналізу для створення конкурентоспроможних товарів;
- 2) засвоєння сутності і змісту маркетингового середовища та його впливу на стратегічну діяльність підприємства;
- 3) опанування методики маркетингового стратегічного аналізу та його інструментів;
- 4) ознайомлення з існуючими різновидами маркетингових стратегій підприємства та формування системи стратегій підприємства.

Набуття компетентностей::

інтегральна компетентність (ІК): здатність виконувати завдання та вирішувати проблемні питання у сфері управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами, що передбачає застосування сучасних теорій та методів інвестиційного та проектного менеджменту у професійній діяльності або у процесі навчання, проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК2 - Здатність використовувати інформаційно-комунікаційні технології для пошуку, оброблення, аналізу інформації з різних джерел та прийняття рішень.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

СК4 - Здатність здійснювати формування інвестиційних ресурсів.

Програмні результати навчання (ПРН) :

ПРН3 - Здатність розробляти бізнес-план проекту;

ПРН8 - Здатність використовувати сучасний досвід міжнародного бізнесу і практики управління інвестиційною діяльністю для прийняття ефективних управлінських рішень.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ практичні)	Результати навчання	Завдання	Оціню- вання
1 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу	2/2	Знати сутність і роль стратегічного маркетингу. Вміти визначати ключові науково-практичні підходи до визначення поняття стратегічного маркетингу. Аналізувати рушійні сили, що привели до появи стратегічного маркетингу як економічного явища.	Написання тестів, виконання самостійної роботи	
Тема 2. Структура системи стратегічного маркетингу та аналіз маркетингового середовища	2/2	Вміти проводити аналіз ринкових можливостей. Оволодіти сутністю поняття «ринкова стратегія проекту».	Написання тестів, виконання самостійної роботи	
Тема 3. Стратегічна сегментація ринку	2/2	Освоїти композицію маркетингових стратегій здійснення сегментації ринку	Написання тестів, виконання самостійної роботи	
Тема 4. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування товару на ринку	2/2	Знати найбільш поширені наукові уявлення щодо сутності диференціації та позиціонування товару на ринку.	Написання тестів, виконання самостійної роботи	
Тема 5. Маркетингові стратегії зростання	4/2	Вміти аналізувати стратегії зростання	Написання тестів, виконання самостійної роботи	
Тема 6. Управління портфелем бізнесу у стратегічному маркетингу	4/2	Вміти провести діагностику управління портфелем бізнесу у стратегічному маркетингу	Написання тестів, виконання самостійної роботи	

Тема 7. Функціональні маркетингові стратегії		Вміти аналізувати та обирати функціональні маркетингові стратегії	Написання тестів, виконання самостійної роботи	
Модульний контроль			Тестування	30
Навчальна робота				70
Екзамен			Тест, практичні завдання, співбесіда	30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. – Дніпро: Видавець, 2019 - 240 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Ін-т економіки і упр., Каф. маркетинг. менедж. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. Т. 1. 2011. 334 с.; Т. 2. - 2011. - 318 с.
3. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Л. І. Третякова, Н. С. Косар ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". Л. : Вид-во Львівської політехніки, 2012. 255 с.

Допоміжна:

1. Сумець О.М. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посіб. / О. М. Сумець, Є. М. Ігнатова. - Х.: Міська друкарня, 2011 . Ч. 1: Сутність стратегічного

маркетингу та його сучасна концепція. 2011. 191 с.; Ч. 2 : Маркетингові стратегії розвитку підприємства. 2012. 140 с.

2. Верлока В. С., Коноваленко М. К., Сиволовська О. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник для студ. вищ. навч. Закладів. Х. : УкрДАЗТ, 2007. – 289с.

3. Дэй Дж. Стратегический маркетинг: Как завоевать и удержать лидерские позиции в эпоху глобальной конкуренции / В. Егоров (пер.с англ.). М. : ЭКСМО, 2003. 632с.

4. Клівець П.Г. Стратегія підприємства. К.: Академвидав. 2007. 320с.

5. Ковальчук С.В. Стратегічний маркетинг [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Хмельницький : [ХНУ], 2010. 291 с.

6. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. Вид. 2-ге, без змін. К. КНЕУ, 2006. 152с.

7. Сударкіна С.П. Стратегічний маркетинг і товарно-інноваційна політика: текст лекцій для студ. екон. ф-ту ден. і заоч. форм навчання. Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". Х. : НТУ "ХПІ", 2010. 115 с.

Інформаційні ресурси

1. Українська асоціація маркетингу - <http://uam.in.ua/>

2. Урядовий портал - <https://elearn.nubip.edu.ua/www.kmu.gov.ua>

3. Міністерство аграрної політики та продовольства України - <https://agro.me.gov.ua/ua>

4. Національна академія аграрних наук України - <http://naas.gov.ua/>

5. <https://marketing.dovidnyk.info/>