

# Стратегічний маркетинг

**Викладач:** к.е.н., доцент  
кафедри менеджменту  
Дранус Любов Сергіївна

## Результати курсу:

### Знання:

- цілі фірми в ринковій економічній системі та способи їх досягнення;
- закономірності поведінки споживачів;
- методи сегментації та види позиціонування;
- моделі управління портфелем бізнесу фірми;
- можливості та напрямки реального росту фірми;
- сукупність та особливості маркетингових конкурентних стратегій.

### Навички:

- аналізувати хід процесів у ринковій економіці, пов'язаних з виробництвом та споживанням товарів;
- прогнозувати негативні та позитивні наслідки впливу різноманітних факторів на діяльність фірми;
- визначати цільовий сегмент ринку;
- вибирати найбільш ефективні напрямки росту фірми;
- розробляти маркетингові конкурентні стратегії.

**Формат:** вибіркова дисципліна

**Обсяг:** 5 кредити ECTS, з яких 18 лекційних годин, 36 годин семінарських занять та 96 годин самостійної роботи

**Мета:** засвоєння теоретичних знань щодо маркетингових стратегій і формування практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства.

## Тематика курсу:

Тема 1. Зміст і призначення стратегії підприємства в конкурентному середовищі

Тема 2. Оцінювання зовнішнього маркетингового середовища

Тема 3. Оцінювання внутрішнього маркетингового середовища

Тема 4. Маркетингові стратегії сегментування

Тема 5. Формування і вибір цільових сегментів підприємства

Тема 6. Визначення товарних стратегій підприємства

Тема 7. Маркетингові стратегії бізнес-портфеля фірми

Тема 8. Маркетингові стратегії зростання

Тема 9. Маркетингові стратегії диверсифікації

Тема 10. Маркетингові конкурентні стратегії

# Стратегічний маркетинг

Загальні компетентності:

- ЗК1 Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК3 Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- ЗК6 Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Спеціальні(фахові)компетентності:

- СК1 Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів.
- СК2 Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.
- СК5 Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
- СК10 Здатність до управління організацією та її розвитком.

Програмні результати:

- ПРН1 Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.
- ПРН2 Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення.
- ПРН3 Проектувати ефективні системи управління організаціями
- ПРН6 Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.
- ПРН7 Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.
- ПРН8 Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.
- ПРН12 Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом)
- ПРН13 Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

# Стратегічний маркетинг

## Оцінювання:

Іспит – 40 балів

Робота за семестр – 60 балів:

- участь у дискусіях під час обговорення, вирішення ситуаційних завдань, ділові ігри робота в команді – 40 балів

- виконання тестових завдань (2\*4бали) – 8 балів

- виконання контрольної роботи – 5 балів

- наукове повідомлення та його презентація – 7 балів

**Технічні вимоги:** Для більш якісного викладання лекційного матеріалу та зручного проведення семінарських занять аудиторії мають бути забезпечені: проєкційним мультимедійним обладнанням (проєктор, екран, ноутбук/комп'ютер); доступом до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi; –OS: Windows, Android; програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet; системою електронного навчання Moodle 3.9 тренінгова аудиторія (дошка, фліпчарт, комплект канцелярського приладдя для творчості: маркери, олівці, кольорові стікери, ватман, блокнот для фліпчарту тощо)

Вимоги до робіт:

Під час роботи на семінарах оцінюється активна участь під час обговорення та відповідей на питання, володіння теоретичним матеріалом та вміння його використовувати при вирішенні ситуаційних завдань; в командній роботі додатково оцінюється вміння розподілити обов'язки та злагоджена робота колективу, вирішення конфліктних ситуацій, що заважають вирішенню завдань.

Тестові завдання складаються з питань та 4 варіантів відповідей, з яких правильною є лише 1. Кожна правильна відповідь оцінюється в 0,5 балів

Контрольна робота проводиться письмово в аудиторії та складається з 3 відкритих питань, що базуються на лекційному матеріалі

Наукове повідомлення готується за запропонованою тематикою, орієнтовний обсяг 10-15 аркушів формату А4 друкованого тексту (до 10 слайдів презентації). Кількість опрацьованої літератури - не менше ніж 10-15 джерел (крім підручників). Оцінюється: новизна, обґрунтованість вибору джерел літератури, відповідність змісту обраній темі, цілям і завданням, поставленим у вступі, ступінь розкриття теми та вміння презентувати.