



Маркетингові аспекти управління підприємством

Кредити та кількість годин: 4 кредити ECTS;
- очна форма: 20 год. лекційних, 10 год. практичних та 88 год. самостійна робота, 2 год. консультації, екзамен.

Статус дисципліни: обов'язкова
Мова навчання: українська
Форма навчання: очна (денна, вечірня)

I. Опис навчальної дисципліни

Дисципліна «Маркетингові аспекти управління підприємством» є важливою складовою підготовки фахівців за освітньо-науковим напрямом «Менеджмент». Опанування сучасних концепцій маркетингового управління підприємством, набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань з дослідження ринків і конкурентів дають змогу зрозуміти характер та особливості здійснення підприємницької діяльності в інформаційну епоху. Це сприяє формуванню в майбутніх науковців вмінь комплексного аналізу та системного пошуку шляхів розвитку діяльності підприємства, що є основним методологічним підґрунтям в економічних дослідженнях.

Місце навчальної дисципліни у підготовці здобувачів: програмні результати дисципліни використовуються під час науково-дослідної практики слухачів та написанні дисертаційної роботи.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – сформування систему знань про сутність маркетингових підходів в управлінні підприємством як філософії підприємницької діяльності в умовах ринку і конкуренції.

Завдання навчальної дисципліни – розвинути та набути здобувачами освіти такі компетентності:

ЗК01. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері менеджменту на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.

СК01. Здатність виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у менеджменті і дотичних до нього міждисциплінарних напрямках.

СК02.Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та/або інноваційних розробок українською та англійською мовами, опрацьовувати наукову літературу з управління та адміністрування та ефективно використовувати нову інформацію з різних джерел.

СК03. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у сфері менеджменту в закладах вищої освіти.

СК05. Здатність інтегрувати знання з інших дисциплін, зокрема маркетингу, застосовувати системний підхід та враховувати неекономічні аспекти при розв'язанні науково-прикладних задач та проведенні досліджень у галузі менеджменту.

III. Результати навчання

ПРН згідно з ОПП	Результати навчання за навчальною дисципліною
ПРН-2	Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми менеджменту державною та англійською мовами, кваліфіковано відображати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.
ПРН-4	Розробляти та реалізовувати наукові та прикладні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику у галузі управління та адміністрування і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми в менеджменті з дотриманням норм академічної етики і врахуванням соціальних, етичних, економічних, екологічних та правових аспектів.
ПРН-5	Глибоко розуміти загальні принципи та методи управлінських наук, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях у сфері менеджменту та у викладацькій практиці.
ПРН-6	Планувати і виконувати наукові і прикладні дослідження з менеджменту та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми; складати пропозиції щодо фінансування досліджень та/або проектів.
ПРН-8	Розробляти і викладати спеціальні навчальні дисципліни з менеджменту у закладах освіти.
ПРН-9	Застосовувати системний підхід до розв'язання задач обраної спеціалізації та проведенні досліджень, інтегруючи знання з інших дисциплін, зокрема маркетингу, та враховувати неекономічні аспекти управління організаціями та їх підрозділами.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№ з/п	Тема дисципліни
1	Сучасні концепції маркетингового управління підприємством
2	Маркетингова стратегія як основний елемент маркетингового управління підприємством
3	Формування системи заходів з реалізації маркетингової стратегії

4	Теорія та методологія ринкової поведінки підприємства
5	Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства
6	Розробка, впровадження та оцінка маркетингових планів та програм
7	Захист наукового есе та довгострокового завдання
8	Консультація

