Національний університет
«Острозька академія»

Маркетинговий менеджмент

Кредити та кількість годин: 5 кредитів ECTS;
- очна форма: 14 год. лекційних, 16 год. практичних та 120 год. самостійна робота; залік.
-заочна форма: 4 год. лекційних, 4 год. практичних та 142 год. самостійна робота; залік.

I. Опис навчальної дисципліни

Опанування основних понять і алгоритмів дисципліни «Маркетинговий менеджмент» надає можливість слухачам набути практичні навички з дослідження ринків і конкурентів, поведінки споживачів, що дають змогу зрозуміти характер та особливості здійснення підприємницької діяльності в інформаційну епоху. Це сприяє формуванню в майбутніх менеджерів вмінь творчого пошуку резервів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства, здатності до прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності ринкової діяльності підприємств та організацій, що є основою їх конкурентоспроможності на ринку праці.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни - формування системи знань про сутність та зміст маркетингового управління як філософії підприємницької діяльності в умовах ринку і конкуренції, набуття вмінь та навичок розробки маркетингових програм.

Завдання навчальної дисципліни - розвинути та набути у здобувачів освіти такі компетентності:

ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);
СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;
СК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість;
СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;
СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком.

III. Результати навчання

ПРН згідно з ОПП	Результати навчання за навчальною дисципліною
ПРН-4.	Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї;
ПРН-5.	Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;
ПРН-12.	Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом);

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№ з/п	Тема дисципліни
1	Сутність маркетингового управління та його сучасна концепція.
2	Вибір та обґрунтування товарної політики.
3	Теорія та методологія комерційного ціноутворення.
4	Управління збутом та маркетингова логістика.
5	Сучасні інструменти маркетингових комунікацій.
6	Оцінка маркетингового середовища та поведінки покупців споживчого та ділового ринків.
7	Теоретико-методологічні підходи сегментування ринків та оцінки їх інвестиційної привабливості.
8	Формування стратегій позиціювання товарів та послуг.
9	Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.