



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет менеджменту, економіки і природничо-технологічної освіти
Кафедра економіки та управління бізнесом

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Маркетингові стратегії в розбудові бізнесу
Освітня програма	Економічна кібернетика
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 години
Вид підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Викладач	Олексієвець Тарас Іванович
CV викладача на сайті кафедри	https://docs.google.com/document/d/18ZDsqud3FZFhG787DSXaZmTU066q_aKE/edit
E-mail викладача:	
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетингові стратегії в розбудові бізнесу» спрямована на засвоєння теоретико-методологічних знань щодо маркетингових стратегій і формування практичних навичок стратегічного аналізу умов конкуренції, управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства, досягнення стратегічних маркетингових цілей підприємства з урахуванням ринкових вимог і його можливостей.

Мета полягає у формуванні у здобувачів освіти системи теоретичних знань з маркетингових стратегій і практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю.

Завданням навчальної дисципліни є оволодіння знаннями з розробки маркетингових стратегій в тісному взаємозв'язку із корпоративною (діловою) стратегією підприємства; вміти визначати стратегічні рішення стосовно елементів комплексу маркетингу; здобування практичних навичок управління діяльністю сучасної фірми на основі принципів стратегічного маркетингу.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Економіка» та освітньо-професійної програми «Економічна кібернетика» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

У результаті вивчення дисципліни «Страховання» здобувач оволодіває такими **компетентностями**

- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел,
- здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі,
- здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків,
- здатність розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії в сфері креативної економіки в інтересах принципів сталого розвитку.

Очікувані результати навчання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

- вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта,
- вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації,
- вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними,
- вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень,
- обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів,
- здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом за для розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм,
- вміти формувати, корегувати маркетингову політику в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища, націлену на досягнення стратегічних цілей, оцінювати її ефективність.

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність і характерні риси маркетингової стратегії підприємства

Тема 2. Стратегії маркетингу

Тема 3. Маркетингові конкурентні стратегії

Тема 4. Маркетингові корпоративні стратегії

Тема 5. Контроль стратегічної маркетингової діяльності підприємства