

1. **Назва.** Маркетинговий менеджмент
2. **Шифр.** МД 2.1
3. **Тип.** Вибіркова
4. **Рік навчання.** 2019-2020
5. **Семестр** - II
6. **Кількість кредитів ЄКТС** - 5
7. **ШБ лектора, науковий ступінь, посада.**

Белікова Н. В., д.е.н., проф.

8. Результати навчання: формування у студентів знань щодо принципів, завдань та функцій маркетингового управління діяльністю підприємства, розгляд алгоритмів, стратегій та політик організації, планування, реалізації та контролювання цих процесів.

9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Маркетинг», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Промисловий маркетинг».

10. Зміст. Розуміння маркетингового менеджменту. Організація маркетингового менеджменту. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві. Сутність і система маркетингового планування. Стратегії маркетингу. Маркетингове стратегічне планування. Розробка маркетингових програм. Тактичне та оперативне планування маркетингу. Контроль маркетингової діяльності підприємства.

11.Рекомендовані джерела.

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підруч. для студ. вищ. навч. закл.: / Л. В. Балабанова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.І.Туган-Барановського. - 3-те вид. перероб. і допов. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 517 с.

2. Балахонова Е. В. Менеджмент и маркетинг: учебное пособие для студентов неэкономических специальностей / Е. В. Балахонова. Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2009. - 272 с.

3. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. – К. : Знання, 2010. - 332 с.

4. Маркетинг-менеджмент: учебник практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. Липсица И. В., Ойнера О. К. – М. : Издательство «Юрайт», 2016. – 379 с.

5. Маркетинг: навчальний посібник / Орлов П. А., Косенков С. І., Прохорова Т. П. та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с.

6. Маркетинг. Менеджмент. Научное издание. / Под ред. Л.В. Балабановой – Донецк: ДонГУЭТ, 2001. – 594 с.

7. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник / під заг. ред. М. І. Белявцева та В. Н. Воробйова. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 407 с.

8. Зяйлик М. Ф. Інноваційний маркетинг як особливий вид цілеспрямованої творчої діяльності підприємств / М. Ф. Зяйлик, О. І. Вівчар // Сталий розвиток економіки: всеукраїнський науково-виробничий журнал. №1. – 2013. – С. 311-314.

9. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с.

10. 8. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок/ СПб.: Питер, 2004. – 800 с.

12. Методи навчання: лекції, практичні та семінарські заняття, проблемні лекції, семінари-дискусії, рішення кейсів, презентації

13. Методи оцінювання:

- поточний контроль (колоквіум, опитування, індивідуальне завдання, контрольна робота, презентація)

- підсумковий контроль (іспит)

14. Мова навчання. Українська.