

1. **Назва.** Стратегічний маркетинг
2. **Шифр.** БД 1
3. **Тип.** Базова
4. **Рік навчання.** 2019-2020
5. **Семестр** -II
6. **Кількість кредитів ЄКТС** -5
7. **ШБ лектора, науковий ступінь, посада.**

Рубан В.В., к.е.н., доц.

8. Результати навчання: формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні стратегічного маркетингового аналізу ринків на підприємствах, що функціонують в умовах розвинутих ринкових відносин.

9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова цінова політика», «Поведінка споживачів».

10.Зміст.

Сутність і сфера стратегічного маркетингу. Аналіз потреб ринку шляхом сегментації. Аналіз економічної привабливості цільового ринку. Аналіз конкурентної ситуації. Маркетингові стратегії позиціонування. Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства. Маркетингові конкурентні стратегії. Маркетингові стратегії росту. Розвиток підприємства шляхом розробки і випуску нової продукції. Стратегічне маркетингове планування.

11.Рекомендовані джерела.

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для ВУЗов / Г. Ассель. – Москва : ИНФРА–М, 2001. – 804 с.
2. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии / П. Дойль. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 544 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; под ред. О. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : Питер Ком, 1999. – 896 с.
4. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг / Д. В. Кревенс ; пер. с английского. – Москва : Вильямс, 2003. – 752 с.

5. Ламбен Ж. Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с французского. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 800 с.

6. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен ; пер. с французского. – Санкт-Петербург : Наука, 1996. – 490 с.

7. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 320 с.

8. Маркетинг : підручник / Руделіус В., Азарян О. М., Бабенко Н. О. та ін. – Київ : Навчально-методичний центр "Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. – 648 с.

9. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством / В. С. Пономаренко. – Харків : Основа, 1999. – 620 с.

10. Портер М. Е. Стратегия конкуренции / М. Е. Портер ; пер. с англ. – Киев : Основы, 1998. – 678 с.

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

13. Методи оцінювання:

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

- підсумковий контроль(екзамен)

14. Мова навчання. Українська