



Силабус навчальної дисципліни
«Стратегічний маркетинг»

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Базова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 рік навчання, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Економіки і маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), https://dom.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Рожко Віктор Іванович, к.е.н., доцент кафедри економіки і маркетингу
Контактна інформація викладача (-ів)	vrozko78@gmail.com
Дні занять	Лекції: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	Вівторок 2 пара - 10.15-11.50; очні / дистанційні відповідно до графіку та за домовленістю з ініціативи здобувача; індивідуальні / групові
Мета навчальної дисципліни: 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.	
Передумови для навчання	
Перелік попередньо прослуханих дисциплін: <i>Методологія наукових досліджень</i>	
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Сутність і напрямки стратегічного аналізу ринку	
Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу	
Тема 2. Аналіз потреб ринку шляхом сегментації	
Тема 3. Аналіз економічної привабливості цільового ринку	
Тема 4. Аналіз конкурентної ситуації	
Змістовий модуль 2. Розробка маркетингової стратегії підприємства та планування стратегічного маркетингу	
Тема 5. Маркетингові стратегії позиціонування	
Тема 6. Маркетингове стратегічне керування портфелем бізнесу підприємства	
Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії	
Тема 8. Маркетингові стратегії росту	
Тема 9. Розвиток підприємства шляхом розробки і випуску нової продукції	
Тема 10. Стратегічне маркетингове планування	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни	
-	
Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	https://pns.hneu.edu.ua/

**Рекомендовані джерела****Основна**

1. Рожко В.І. *Склад і структура каналів розподілу / Сучасний маркетинг: перспективи розвитку* // кол. монографія за наук. редакцією П.А. Орлова. - Вид. ХНЕУ ім. С Кузнеця, 2015. – 212 с. (13,5 ум. др. арк. / 0,47 ум. др. арк. власного внеску)
2. *Маркетинг. Навчальний посібник* // Орлов П.А., Прохорова Т.П., Холодний Г.О Косенков С.І. та ін. - ВД «ІНЖЕК», 2012. – 528 с. (17,5 ум. др. арк./2,81 ум. др. арк. власного внеску).
3. *Формування системи збуту та розподілу товарів вітчизняного виробництва відповідно до сучасних соціально-економічних вимог / Рожко В.І. - Управління розвитком: Зб. наук. пр. – Вип. 6. – Харків: ХНЕУ, 2010. – С. 71 – 82. (0,3 ум. др. арк.)*
4. *Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку. Мнографія* І.П.А. Орлов, Г.О. Холодний, Н.І. Алдохіна, В.І. Рожко та ін. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 232 с.

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні, лабораторні, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних і лабораторних занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 60 та мінімально можлива кількість балів – 35. Підсумковий контроль проводиться у формі Екзамену. Максимальна сума за екзамен складає 40 балів, мінімальна – 25 балів.

Студент вважається атестованим якщо сума балів, одержаних за результатами поточного та підсумкового контролю упродовж семестру дорівнює або перевищує 60.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Лекційні заняття	10
Практичні заняття (завдання за 14 темами)	10
Домашнє завдання (2 завдання)	7
Презентація	5
Есе (2 есе)	6
Письмова контрольна робота – 2 (за теоретичними питаннями, практичними завданнями та ситуаційними вправами)	6
Колоквіум	16
Екзамен	40
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінюваннята ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		



35 – 59	FX	незадовільно	не зараховано
1 – 34	F		
Політики навчальної дисципліни			
<p>Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи</p>			
<p><i>Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни</i></p>			

Силабус затверджено на засіданні кафедри «20» серпня 2020 р. Протокол № 1