

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 12 «Маркетингові стратегії»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 8 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу Сак Тетяна Василівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу
Що буде вивчатися	Місце маркетингової стратегії в стратегічному наборі підприємства. Маркетингове стратегічне планування. Аналіз маркетингового середовища. SWOT-аналіз підприємства. Матричні методи обґрунтування маркетингових стратегій. Види маркетингових стратегій. Стратегії комплексу маркетингу. Конкурентні маркетингові стратегії.
Чому це цікаво/треба вивчати	У сучасному бізнес-середовищі підприємства повинні впроваджувати систему ефективних стратегій, щоб виживати в умовах зростаючої конкуренції та швидко змінюючих ринкових чинників. Важливе місце в системі функціональних стратегій займає маркетингова стратегія. Розробка та реалізація вдалої маркетингової стратегії дозволяє підприємствам адаптуватися до нових тенденцій, ефективно взаємодіяти зі споживачами та досягати стійкого успіху в своїй галузі. Вивчення освітнього компоненту допоможе здобувачам освіти розвинути стратегічне мислення та навички прийняття обґрунтованих рішень в глобальному економічному контексті.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

	ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК11. Здатність працювати в команді. Фахові компетентності: ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.