



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Стратегічний маркетинг»

(назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти: *Магістр*

Спеціальність: *075 Маркетинг*

Освітньо-професійна програма: *Маркетинг*

Викладач: *Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент, доцент*

Кафедра: *Маркетингу, підприємництва і торгівлі*

Профайл викладача:

**Контактна інформація:**

тел: +380974547432

e-mail: [Lena.golubenkova@gmail.com](mailto:Lena.golubenkova@gmail.com)

### 1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *вибіркова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається на *1 курсі у 1 семестрі* для денної та заочної форм навчання

Кількість кредитів ECTS - *4, годин - 120*

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	40	20	-	20
заочна	16	8	-	8
Самостійна робота, годин	Денна - 80		Заочна - 104	

#### Розклад занять

### 2. Анотація навчальної дисципліни

Управління маркетинговою діяльністю бізнесу повинно будуватися на обґрунтованих, зважених управлінських рішеннях, що досить складно в умовах високої нестійкості та непередбачуваності зовнішнього середовища. Проте, опанування певних методів та інструментів стратегічного маркетингу, дозволить значно полегшити цю діяльність та підвищити рівень ефективності бізнесу.

### 3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання дисципліни «Стратегічний маркетинг» є формування у здобувачів теоретичних і практичних навичок розробки і використання стратегічних підходів в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства.

В результаті здобувачі будуть знати:

- теоретичне підґрунтя стратегічної маркетингової діяльності підприємства, її наукове формування та обґрунтування;
- елементи маркетингової стратегії та наукові підходи до їх визначення;
- інструменти маркетингового стратегічного аналізу;
- класифікацію та формування стратегії маркетингу;
- методи контролю у стратегічному маркетингу.

Та вміти:

- формулювати місію підприємства;
- установлювати адекватні маркетингові стратегічні цілі підприємства;
- здійснювати маркетинговий стратегічний аналіз;
- визначати пропозиції підприємства на ринку та відповідні стратегії;
- формувати відповідні різновиди маркетингових стратегій підприємства;
- розробляти плани реалізації маркетингової стратегії;
- надавати маркетингову оцінку стратегічній діяльності підприємства;
- контролювати стратегічну маркетингову діяльність підприємства.

### 4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

## **5. Зміст навчальної дисципліни**

### **6. Система оцінювання та вимоги**

**Види контролю:** поточний, підсумковий – диф.залик.

**Нарахування балів**

**Інформаційні ресурси**

### **7. Політика навчальної дисципліни**

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач ПІДПИСАНО Олена ГОЛУБЬОНКОВА  
підпис

Завідувач кафедри ПІДПИСАНО Володимир ЛАГОДІЄНКО  
підпис