

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Стратегія та планування

маркетингу»

(назва навчальної дисципліни)



Ступінь вищої освіти: *Бакалавр*

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

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *обов'язкова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на 4 курсі у 7 семестрі та для студентів заочної форми навчання на 5 курсі у 9 семестрі.

Кількість кредитів – *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

Для успішного розвитку бізнесу необхідно не просто реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, а й вміти планувати свою діяльність, прогнозувати та розробляти і реалізовувати стратегічні рішення. Все це є складною задачею 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 «Стратегія та планування маркетингу» є формування у здобувачів теоретичних і практичних навичок розробки і використання стратегічних підходів у маркетинговій діяльності 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 – екзамен.

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 Ім'я ПРІЗВИЩЕ
підпис

Завідувач кафедри ПІДПИСАНО Ім'я ПРІЗВИЩЕ
підпис