



Силабус навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 20 год.
	Практичні (семінарські) – 20 год.
	Лабораторні – 0 год.
	Самостійна робота – 110 год.
Форма семестрового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра маркетингу, ауд. 413, першого корпусу, сайт кафедри: https://dom.hneu.edu.ua/
Викладач	Панчук Анастасія Сергіївна, к.е.н., доцент;
Контактна інформація викладача	anastasii.panchuk@hneu.net
Дні навчальних занять	Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі маркетингу, віртуальні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

Мета навчальної дисципліни: є формування системи теоретичних знань щодо стратегічного підходу до маркетингової діяльності і оволодіння практичними навичками стратегічного аналізу, розроблення, реалізації та корегування маркетингових стратегій

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Бізнес-планування в маркетинговій діяльності	Маркетингова аналітика
	Комплексний тренінг: розробка креативних проєктів та розвиток SOFT SKILLS в маркетингу (англійською мовою)
	Дипломна робота

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. *Характеристики і методологія стратегічного маркетингу*

Тема 1. Загальна характеристика стратегічного маркетингу та класифікація маркетингових стратегій

Тема 2. Альтернативність у стратегічному виборі

Тема 3. Стратегічний аналіз як основа обґрунтування маркетингових стратегій

Тема 4. Маркетингові стратегії вибору цільового ринку

Змістовий модуль 2. *Портфельні та підтримуючі маркетингові стратегії*

Тема 5. Управління портфелем диверсифікованого підприємства

Тема 6. Маркетингові товарні стратегії

Тема 7. Маркетингові цінові стратегії

Тема 8. Стратегії управління інтегрованими маркетинговими каналами

Тема 9. Стратегії маркетингових комунікацій

Тема 10. Управління реалізацією маркетингових стратегій



Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проєктор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену здійснюється під час екзаменаційної сесії. Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порухеннями 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.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.

Силабус затверджено на засіданні кафедри «30» серпня 2023 р. Протокол № 1.