

**Навчальна дисципліна: СУЧАСНІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ
МАРКЕТИНГУ**

Статус: вибіркова

Курс: 5

Семестр: 10

Кількість залікових кредити ECTS 2,0

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – «Стратегічний маркетинг»

Опис дисципліни

Мета: засвоєння теоретичних знань про конкурентні маркетингові стратегії і формування практичних навичок керування стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства

Завдання: вивчити сутність і сфери економічної конкуренції у маркетинговому середовищі, набуття вмій стратегічного маркетингового аналізу і проектування конкурентних маркетингових стратегій

Предмет: стратегічна маркетингова діяльність підприємства в умовах сучасної конкуренції

Змістовні модулі:

Модуль 1. Типологізація конкурентних маркетингових стратегій

Модуль 2. Конкурентний стратегічний аналіз

Форми та методи навчання: лекції, аналітичні практичні завдання, семінари-дискусії, курсове завдання, практична підготовка за комплексною фаховою програмою на підприємствах, участь у виконанні НДР кафедри

Форми організації контролю знань:

Контрольна робота – 10 семестр

Залік – 10 семестр

Система оцінювання успішності студентів:

Підсумкова оцінка складається із оцінок за модулями (60%) та оцінки на іспиті (40%)

Залік складається в письмовій формі (2 ак. години)

Оцінювання відбувається за національною шкалою та шкалою ECTS

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, опорні матеріали для самостійної роботи студентів, навчальні посібники, пакет

розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Література:

1. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учеб. для вузов: Пер. с англ. – М.: ИНФРА – М, 1999.- 803с.
2. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: 2-е видання, випр. і доп. – К.: ІВЦ «Політехніка», 2004. – 402 с.
3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. пос. – К.: КНЕУ, 2000. –360 с.
4. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 584 с.
5. Семеняк И.В. Общий курс маркетинга: Учебное пособие. – Х.: РА, 2000. – 344 с.
6. Семеняк И.В. Философия маркетинга. Модуль академического образования по специальности «Маркетинг»: Учебное пособие. – Х.: ХНУ, 2004. – 80 с.
7. Семеняк И.В. Стратегический маркетинг. Опорные материалы для самостоятельной работы студентов. – Х.: ХНУ, 2004. – 84 с.