

Навчальна дисципліна: МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Статус: нормативний

Курс: 5

Семестр: 10

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетингові дослідження», «Інформаційні системи та технології в маркетингу», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова політика комунікацій», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика розподілу».

Опис дисципліни

Мета: засвоєння теоретичних знань з організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

Завдання: вивчення системи методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також вирішення конкретних маркетингових завдань.

Предмет: процеси, методи та інструментарій управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Змістові модулі:

Модуль 1. Теоретико-методичні та організаційні засади управління маркетингу

Модуль 2. Маркетингове планування в системі управління маркетингу

Форми та методи навчання: лекції, ситуації, case-study, розрахунково-аналітичні завдання, тренінги, рольові ігри, тестування

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

іспит – 9 семестр

Іспит: 60 % – модульний контроль (2),

40 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (2 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS.

Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

Навчально-методичне забезпечення: НМКД – робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, пакет розрахунково-аналітичних завдань, кейси, тести, ситуації. В наявності електронний варіант.

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Щербань В. М. Маркетинговий менеджмент : [навчальний посібник для вузів] / Володимир Миколайович Щербань. – К.: Центр навчальної літератури, 2006 . – 222 с.
2. Крюков А.Ф. Управление маркетингом : [Учеб. пособие для вузов] / А.Ф. Крюков. – М.: КноРус, 2005. – 368 с.
3. Мозгова Г.В. Маркетинговий менеджмент: Методичні вказівки до вивчення навчальної дисципліни для студентів спеціальності «Маркетинг», Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 35 с.

Додаткова

4. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц] / А. В. Войчак. — К.: КНЕУ, 2000. — 100 с
5. Маркетинг: [підручник] / В. Руделіус та ін.: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л. С. Макарова. 4-те вид. – К.: Навчально-методичний центр “Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2009. – 648 с.
6. Семеняк И.В. Стратегический маркетинг: [учебное пособие] / И. В. Семеняк. – Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2007. – 304 с.