



Силабус навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні - 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
	Курсова робота
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Економіки, підприємництва та маркетингу, ауд.108А https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача	fem.dobryanska@nupr.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	аудиторія 108 А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування системи знань у галузі управління стратегічною діяльністю підприємств на ринку, відповідних компетенцій на основі засвоєння основних теоретичних знань щодо маркетингових стратегій; вивчення сутності та сфери стратегічного маркетингу, змісту маркетингового середовища та його впливу на стратегічну діяльність підприємства, проектування маркетингових стратегій в умовах ринкових змін.	
Результати вивчення навчальної дисципліни P2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. P16. Вміти формувати систему маркетингу у суб'єктах галузі креативних індустрій	
Передумови для навчання Попередньо опановані навчальні дисципліни професійної підготовки за ступенем вищої освіти бакалавр, які формують наступні загальні компетентності: здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; здатність виявляти ініціативу та підприємливість.	
Зміст навчальної дисципліни Змістовний модуль 1. Формування стратегії маркетингу. Тема 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу. Тема 2. Аналіз маркетингового середовища. Тема 3. Оцінка ринку та ринкового попиту. Тема 4. Маркетингова стратегічна сегментація, вибір цільових	



сегментів. **Тема 5.** Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства. **Тема 6.** Визначення конкурентних переваг підприємства.

Змістовний Модуль 2. Маркетингові стратегії розвитку та конкурентні стратегії. **Тема 7.** Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування. **Тема 8.** Маркетингові стратегії зростання. **Тема 9.** Маркетингові стратегії диверсифікації. **Тема 10.** Маркетингові конкурентні стратегії. **Тема 11.** Маркетингові стратегії суб'єктів креативних індустрій.

Сторінка курсу на платформі Moodle

Розміщено: робоча програма дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів.
<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=183>

Рекомендовані джерела

1. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг: підручник. К.: ЦУЛ, 2018. 612 с.
2. Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління: монографія. К.: Алерта, 2012. 272 с.
3. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст. Монографія. К.: Центр навчальної літератури, 2016. 252 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. К.: Науковий світ. 2023. 880 с.
5. Крикавський Є. В., Третьякова Л. І., Косар Н. С. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 256 с.
6. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
7. Маркетингова діяльність підприємств: навчальний посібник за заг.ред. Косенко О.П. Харків: НТУ «ХП», 2018. 1000 с.
8. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Система оцінювання результатів навчання:

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю 50 балів; мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни - 60 балів. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100
Виконання курсової роботи	Мах кількість балів
Зміст пояснювальної записки	50
Оформлення роботи	10
Захист курсової роботи	40
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	



Політики навчальної дисципліни:

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=183>

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13