



Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту,
технологій та фізики
Кафедра документальних комунікацій та менеджменту

АНОТАЦІЯ

Назва дисципліни	Маркетинговий менеджмент
Освітня програма	Менеджмент
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	екзамен
Мова викладання	українська
Викладач	Микитин Тарас
CV викладача на сайті кафедри	https://www.rshu.edu.ua/kafedry-fdkmttf/121-personalii/1228-mykytyn-taras-myronovych
E-mail викладача:	taras.mykytyn@rshu.edu.ua
Консультації	Очні та online консультації згідно з графіком консультацій

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: оволодіння здобувачами вищої освіти теоретичними знаннями та практичними навичками щодо реалізації комплексу маркетингу в управлінні підприємствами в умовах невизначеного середовища.

Завдання:

- застосувати маркетингові прийоми в управлінні підприємствами;
- реалізовувати функції маркетингового менеджменту;
- управляти потоками інформації між підрозділами підприємства, а також між підприємством та його бізнес-середовищем;
- розробляти організаційну структуру маркетингових підрозділів підприємств і розуміти механізм взаємодії між ними;
- обґрунтовувати, розробляти та реалізовувати системи планів маркетингу, тобто товарної, цінової, комунікативної політик і політики розподілу;
- формувати теоретичні та практичні рекомендації щодо системи управління і контролю маркетинговою діяльністю підприємств.

Предмет дисципліни – управлінські рішення щодо маркетингової діяльності підприємства в умовах невизначеного середовища.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

ЗК2. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)

Фахові компетентності:

СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.

СК4. Здатність до ефективного використання і розвитку ресурсів організації.

3. Очікувані результати навчання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен
ПРН5. Планувати діяльність організації в стратегічному і тактичному розрізах
ПРН7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації в середині колективу, з представниками різних професійних груп і в міжнародному контексті

Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Організаційні засади маркетингового менеджменту

- Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту
- Тема 2. Процес маркетингового менеджменту
- Тема 3. Організація маркетингового менеджменту
- Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві
- Тема 5. Сутність і система маркетингового планування

Модуль 2

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Реалізація процесу маркетингового менеджменту на підприємствах

- Тема 6. Маркетингове стратегічне планування
- Тема 7. Контроль і аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства
- Тема 8. Маркетинговий менеджмент у сфері послуг