

СИЛАБУС

з дисципліни «Маркетинговий супровід проєктів» на отримання ступеню вищої освіти «магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредити (ECTS): 14 годин – лекції, 16 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, залік.

Викладач курсу – Квятко Тетяна Миколаївна к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій (<http://new.khntusg.com.ua/staff/kvjatko-tetjana-mikolaiivna>)

ОПИС КУРСУ

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисципліни «Маркетинговий менеджмент».

Постреквізити. Опанування студентами навичок застосування методів та функцій маркетингового супроводу проєктів дозволить ефективно використовувати інструменти маркетингу в діяльності організацій.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги).

Опановуючи курс, здобувач вищої освіти має усвідомити сучасну методологію та інструментарій маркетингової діяльності. По завершенні вивчення курсу здобувач вищої освіти має: розуміти, що в сучасних умовах економічного розвитку суб'єкт економічних відносин не може ефективно розвиватися не реалізуючи маркетингові проєкти в своїй практичній діяльності; маркетинг є однією з основних складових будь-якого підприємства, і саме через це спеціалісту у сфері маркетингу й управління потрібне знання основ, категорій та принципів маркетингового супроводу проєктів.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати:

- базові принципи організації та функціонування маркетингового супроводу проєктів;
- основи застосування маркетингового аудиту проєкту як основний напрямок аутсорсингу підприємства;
- основні етапи аналізу ринку та конкурентного аналізу в маркетинговому супроводі проєктів;
- методи поведінкової лояльності споживачів до бренду проєкту;
- функції маркетингового супроводу комунікаційної політики проєкту та Інтернет-маркетингу;
- методи оцінки ефективності маркетингового супроводу проєкту.

вміти:

- документально оформлювати результати маркетингового аудиту проєкту;
- оцінювати конкурентів та обирати найбільш ефективні засоби поліпшення результатів проєкту підприємства;
- формувати концепцію ефективної маркетингової стратегії проєкту підприємства;
- складати програми лояльності споживачів до бренду проєкту;
- складати план заходів щодо розробки ефективної комунікаційної політики проєкту;
- використовувати інструменти оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проєкту.

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою викладення дисципліни «Маркетинговий супровід проєктів» є формування та розвиток у студентів загальних і професійних знання з питань маркетингового супроводу проєктів підприємств.

Предметом вивчення дисципліни «Маркетинговий супровід проєктів» є закономірності супроводу проєктування, створення та ефективного використання маркетингової діяльності підприємства.

Основними **завданнями**, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу, є надання здобувачам вищої освіти:

- усвідомлення того, що маркетинговий супровід проєктів підвищує ефективність діяльності підприємства;

– уміння обґрунтовувати рішення, які спроможні підвищувати економічну ефективність діяльності підприємства;

– уміння реалізовувати маркетингові проекти в практичній діяльності;

– знання особливостей маркетингового супроводу проектів на підприємствах різних галузей.

Компетентність, що забезпечує:

- аналізувати і структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення;

- здатність генерувати креативні ідеї;

- здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні підприємства;

- здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Результати навчання: здатність використовувати методологічні прийоми маркетингових досліджень, застосовувати прикладні методики аналізу маркетингових процесів, методи вивчення цільового ринку, споживачів, їхніх мотивацій, тенденцій розвитку попиту; здатність розробляти бізнес-плани й маркетингові стратегії та перспективні й поточні плани маркетингової діяльності, розробляти стратегічні маркетингові заходи для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Основи маркетингового супроводу проектів»

Лекції:

Тема 1. Основи маркетингового супроводу проектів.

Тема 2. Маркетинговий аудит проекту як основний напрямок аутсорсингу сучасних підприємств.

Тема 3. Аутсорсинг розробки ефективної маркетингової стратегії проекту підприємства.

Практичні заняття:

Тема 1. Основи маркетингового супроводу проектів.

Тема 2. Маркетинговий аудит проекту як основний напрямок аутсорсингу сучасних підприємств.

Тема 3. Аутсорсинг розробки ефективної маркетингової стратегії проекту підприємства.

Тема 4. Аналіз ринку як частина маркетингового супроводу проектів сучасних підприємств.

Змістовий модуль 2. «Практичні аспекти маркетингового супроводу проектів»

Лекції:

Тема 4. Управління товарною та збутовою політикою підприємств в рамках аутсорсингу.

Тема 5. Маркетинговий супровід комунікаційної політики проекту підприємства.

Тема 6. Маркетинговий супровід оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту підприємств.

Тема 7. Оцінка ефективності маркетингового супроводу проекту.

Практичні заняття:

Тема 5. Управління товарною та збутовою політикою підприємств в рамках аутсорсингу.

Тема 6. Маркетинговий супровід комунікаційної політики проекту підприємства.

Тема 7. Маркетинговий супровід оцінки, розробки та проведення рекламних кампаній для просування проекту підприємств.

Тема 8. Оцінка ефективності маркетингового супроводу проекту.

Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: **модуль 1** – 50 % семестрової оцінки; **модуль 2** – 50 % семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>

Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>

Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>

Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>

Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>

Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>