

СИЛАБУС
з дисципліни «Маркетинговий консалтинг»
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 – **Бабко Наталя Миколаївна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій. (<http://new.khntusg.com.ua/staff/babko-natalja-mikolaiivna>)

Опис курсу

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

Постреквізити. Опанування студентами навичок застосування методів та моделей маркетингового консалтингу дозволить ефективно використовувати інструменти маркетингу в діяльності організацій.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги). Впровадження в навчальну програму підготовки магістрів з маркетингу навчальної дисципліни «Маркетинговий консалтинг» продиктовано часом і об'єктивною необхідністю з метою підвищення професійного рівня майбутніх фахівців. Знання, одержані у ході вивчення даної навчальної дисципліни, сприятимуть розширенню обізнаності за рахунок формування сучасного економічного мислення, виробленню навичок у застосуванні методів і моделей маркетингового консалтингу.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати: зміст основних категорій, понять, термінів маркетингового консалтингу; основних сфер використання маркетингового консалтингу; фаз та етапів процесу маркетингового консалтингу; специфіки консультивання у різних галузях діяльності; технологій управління персоналом; загальних принципів аналізу поведінки персоналу організації; методів оцінки результативності маркетингового консалтингу, сучасних технологій маркетингового консалтингу.

вміти: професійно розвивати та підтримувати на високому рівні набуті вміння у сфері маркетингового консалтингу; притримуватися професійної етики консультанта; володіти методиками найму та відбору персоналу; аналізувати результати діяльності персоналу та володіти методиками управління діловою кар'єрою персоналу; проводити попередню і основну діагностику підприємства з подальшим аналізом його проблем; розробляти та організовувати план виконання консалтингового проекту; здійснювати впровадження розробок щодо вдосконалення діяльності підприємства та втілювати прогресивні зміни в практику його діяльності.

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою викладення дисципліни є: оволодіння знаннями в галузі маркетингового консалтингу, методами діагностування проблем організації та способами залучення працівників підприємства до процесів і змін; набуття майбутніми маркетингологами умінь консультивати з маркетингового управління та розвитку підприємства.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теорія і практика маркетингового консалтингу з питань управління та організаційного розвитку підприємства.

Основними **завданнями**, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу є: набуття теоретичних знань та практичних навичок з вивчення мікро- та макросередовища підприємства, споживачів, конкурентної структури ринку; вивчення товару і товарної структури ринку; пошук нових ринків і цільових сегментів; приймати стратегічні рішення на підставі даних, отриманих аналізом макросередовища, ринку і внутрішнього середовища (SWOT-аналіз); організовувати розробку нових товарів і технологій їх виробництва; управляти якістю та конкурентоспроможністю товарів і послуг; організовувати збутову політику підприємства; управляти маркетинговою діяльністю підприємства.

Компетентність, що забезпечує. Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців компетентності щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних

положень і практичних методів маркетингового консалтингу; виявляти ініціативу і самостійність дій в різних ситуаціях, критично оцінювати явища та процеси у сфері маркетингової діяльності підприємства.

Результати навчання. В результаті вивчення курсу студенти можуть проводити соціально-економічні дослідження і прогнозування; досліджувати ринок; розробляти новий продукт, дизайн і упаковку; розуміти процес ціноутворення на ринку; знати особливості роздрібних продаж та дилерства; розумітися на післяпродажному обслуговуванні; здійснювати управління збутом; вміти використовувати інструменти прямого маркетингу.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Сутність, зміст та процес управління маркетингового консалтингу»

Лекції:

Тема 1. Інститут консультування та ринок маркетингових консалтингових послуг.

Тема 2. Кадрова політика та маркетинг консалтингових фірм.

Тема 3. Організація та управління маркетинговим консалтингом.

Тема 4. Складові консультаційного процесу.

Тема 5. Зміст та послідовність консультаційного процесу.

Практичні заняття:

Тема 1. Сутність, ключові поняття та причини виникнення маркетингового консалтингу.

Тема 2. Консалтингова послуга. Ринок консалтингових послуг.

Тема 3. Види маркетингового консалтингу.

Тема 4. Особливості зовнішнього та внутрішнього консультування.

Тема 5. Організація маркетингової діяльності та методи просування консультаційних послуг.

Змістовий модуль 2. «Особливості проведення маркетингового консалтингу»

Лекції:

Тема 6. Цінова політика консалтингових фірм.

Тема 7. Бренди в консалтинговій діяльності.

Тема 8. Принципи організації відносин між клієнтом і консультантом.

Тема 9. Результативність та ефективність консультування.

Тема 10. Ризик у консультаційній діяльності.

Практичні заняття:

Тема 6. Пряма та опосередкована цінова політика в маркетинговому консалтингу.

Тема 7. Комплексна підтримка компаній та брендів.

Тема 8. Поведінкові аспекти консультаційного процесу у відносинах «консультант-клієнт».

Тема 9. Оцінка якості консалтингових послуг. Оцінка консультанта.

Тема 10. Заходи щодо обмеження ризиків маркетингового консалтингу.

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.nbuv.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/>