

СИЛАБУС

з дисципліни «Організація маркетингової діяльності»
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 організації маркетингової діяльності дозволить ефективно використовувати інструменти маркетингу в діяльності підприємств.

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

В сучасних умовах кожне підприємство незалежно від форми власності, виду та масштабів діяльності усвідомлює необхідність використання концепції маркетингу в управлінні, оскільки результати діяльності та ефективність бізнесу залежать від маркетингової стратегії, орієнтованої на задоволення потреб споживачів. Тому, актуальним в підготовці спеціалістів з маркетингу є засвоєння знань, вмінь та навичок з організації маркетингової діяльності підприємства.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати:

- особливості діяльності підприємств в умовах високої конкуренції та факторів макромаркетингового середовища, які впливають на діяльність підприємства;
- етапи стратегічного та тактичного планування маркетингової діяльності на підприємстві;
- основні принципи та підходи до побудови організаційної структури управління маркетингом, розподілу функціональних обов'язків та міжфункціональної координації діяльності підрозділів підприємства;
- види контролю маркетингової діяльності, показники ефективності використання маркетингових інструментів.

вміти:

- будувати організаційну структуру маркетингової служби на підприємстві;
- ефективно розподіляти функції в межах маркетингової служби підприємства;
- розробляти ефективну систему мотивації персоналу маркетингової служби;
- визначати планові показники, що підлягають контролю, на основі стратегії та тактики маркетингу підприємства;
- планувати коригуючі заходи на основі аналізу фактичних результатів маркетингової діяльності.

Мета та основні задачі дисципліни.

Мета вивчення дисципліни «Організація маркетингової діяльності» – формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо організації маркетингової діяльності підприємства.

Предметом вивчення даної дисципліни є система управлінських рішень в процесі організації маркетингової діяльності підприємства.

Завдання курсу:

- визначення предмета дисципліни, змісту поняття «маркетингова діяльність», завдань організації маркетингової діяльності на підприємстві, розкриття змісту етапів процесу організації маркетингової діяльності;
- формування практичних навичок із організації маркетингової діяльності.

Компетентності:

- демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу;
- володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу;
- здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів;
- обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.

Результати навчання. У результаті вивчення курсу студенти можуть демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; збирати та аналізувати необхідну інформацію, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища; виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Теоретичні основи організації маркетингової діяльності»

Лекції:

- Тема 1. Організація маркетингової діяльності підприємства
- Тема 2. Створення маркетингових організаційних структур
- Тема 3. Сутність і структура маркетингового планування

Практичні заняття:

- Тема 1. Організація маркетингової діяльності підприємства
- Тема 2. Процес та тенденції маркетингового управління
- Тема 3. Створення маркетингових організаційних структур
- Тема 4. Сутність і структура маркетингового планування

Змістовий модуль 2. «Планування і контроль у маркетинговій діяльності»

Лекції:

- Тема 4. Маркетингове стратегічне планування
- Тема 5. Тактичне планування маркетингу
- Тема 6. Контроль і аналіз ефективності маркетингової діяльності

Практичні заняття:

- Тема 5. Маркетингове стратегічне планування
- Тема 6. Тактичне планування маркетингу
- Тема 7. Роль маркетингової стратегії в досягненні ефективних результатів діяльності.
- Тема 8. Контроль і аналіз ефективності маркетингової діяльності

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/>