

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МАРКЕТИНГУ»

Освітня програма: «Маркетинг».

Статус: фахова вибіркова навчальна дисципліна (ВК 2).

Навчальний рік: 2023-2024 н. р., II семестр.

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів освітньо-наукового рівня (доктор філософії) системних теоретичних знань і практичних навичок щодо науково-теоретичних основ, методологічних й організаційних положень економічного механізму маркетингу, удосконалення прийняття маркетингових рішень у кризових ситуаціях, підготовка професійних діячів ринку для прийняття кваліфікованих рішень в ринковому середовищі бізнесу.

Завдання дисципліни: вивчення сутності економічного механізму маркетингу і його особливостей і забезпечення, управління витратами на підприємстві, нормативної бази економічного механізму маркетингу, прийняття рішень в економічному механізмі маркетингу на оперативний і довгостроковий періоди.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: основні поняття економічного механізму маркетингу; методи аналізу виконання процесу маркетингу та прогнозування остаточних маркетингових витрат; методологічні основи розробки та реалізації стратегії діяльності підприємства; загальні нормативні документи щодо економічного механізму маркетингу підприємств; концептуальний підхід до маркетингової стратегії та життєвого циклу продукту; особливості автоматизації інформаційних технологій в маркетингу.

вміти: приймати рішення у довгостроковому стратегічному управлінні економічним механізмом маркетингу; визначати кон'юнктуру ринку; досліджувати галузевий ринок; проводити ситуаційний аналіз ринку; визначати корпоративну цінність суб'єктів господарювання; формувати напрями удосконалення розробки стратегії маркетингу; здійснювати моделювання мотиваційної системи працівників; розробляти бізнес-план маркетингового інвестиційного проекту; оцінювати конкурентоспроможність продукції; аналізувати товарну і цінову політику підприємства, товаро просування та збут.

Зміст дисципліни.

Тема 1. Методологічні основи економічного механізму маркетингу

Тема 2. Принципи організації економічного механізму маркетингу.

Тема 3. Нормативна база економічного механізму маркетингу.

Тема 4. Особливості сучасного корпоративного економічного механізму маркетингу

Тема 5. Моделювання роботи економічного механізму маркетингу

Тема 6. Економічні аспекти роботи механізму практичного маркетингу.

Викладацький склад:

Лектор: д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О.

Викладач практичних занять: д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та логістики Макаренко Н.О.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 10 тижнів, 5 годин на тиждень.

Оцінювання: поточне оцінювання – 2 модульні контролі, підсумковий контроль – іспит.