

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМ»

Освітня програма: «Маркетинг».

Статус: фахова вибіркова навчальна дисципліна (ВК 1).

Навчальний рік: 2024-2025 н. р., I 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 маркетингових систем, удосконалення прийняття маркетингових рішень у кризових ситуаціях, підготовка професійних діячів ринку для прийняття кваліфікованих рішень щодо підвищення ефективності маркетингових систем.

Завдання дисципліни: вивчення сутності і особливостей маркетингових систем, прийняття рішень щодо забезпечення їх ефективності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: основні поняття маркетингової системи; методи аналізу виконання процесу маркетингу та прогнозування остаточних маркетингових витрат; методологічні основи формування ефективних маркетингових систем; загальні нормативні документи щодо економічного механізму функціонування маркетингових систем підприємств; концептуальний підхід щодо вибору форм маркетингових систем; особливості взаємодії маркетингових систем.

вміти: приймати рішення у довгостроковому стратегічному управлінні маркетинговими системами; визначати кон'юнктуру ринку; досліджувати галузевий ринок; проводити ситуаційний аналіз ринку; визначати корпоративну цінність суб'єктів господарювання; формувати напрями підвищення ефективності маркетингових систем та здійснювати їх моделювання; оцінювати конкурентоспроможність підприємств на основі оцінки рівня ефективності маркетингових систем.

Зміст дисципліни.

Тема 1. Сутність і значення маркетингових систем у соціально-економічному розвитку суспільства.

Тема 2. Методологічні основи формування маркетингових систем.

Тема 3. Принципи організації ефективних маркетингових систем.

Тема 4. Особливості функціонування сучасних маркетингових систем.

Тема 5. Моделювання ефективної роботи маркетингових систем.

Тема 6. Аналіз і оцінка рівня ефективності маркетингових систем.

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.