

## АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РИНКОВОГО СУБ'ЄКТА

**Вибірковий компонент** професійної підготовки за ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

**Курс** 2, 3 семестр.

**Мета вивчення дисципліни** – здобуття теоретичних і практичних знань щодо оцінювання, аналізу, планування та підвищення результативності маркетингу, набуття практичних навичок з обґрунтування та прийняття кросфункціональних рішень для підвищення ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- здатність оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичних ситуаціях;
- здатність до проведення самостійних досліджень, інтерпретації їх результатів;
- здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;
- здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків;
- здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності;
- пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ефективні маркетингові рішення в умовах невизначеності;
- вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними;
- обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

### ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

Тема 1. Вплив процесів внутрішнього маркетингу на ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Тема 2. Способи протидії ринкового суб'єкта зовнішнім загрозам та маркетинговим ризикам в веденні бізнесу.

Тема 3. Обґрунтування маркетингових рішень в управлінні комплексом маркетингу.

Тема 4. Формування відносин ринкового суб'єкта з контрагентами ринку.

Тема 5. Визначення та вимірювання результатів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Тема 6. Оцінка ефективності маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Тема 7. Планування ефективної діяльності в кросфункціональному розрізі вдосконалення функцій маркетингу.

Тема 8. Впровадження маркетингових стратегій для підвищення ефективності маркетингової діяльності та досягнення конкурентних переваг.

**Викладацький склад:**

**Лектор:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Муштай В.А.

**Викладач практичних занять:** к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики Муштай В.А.

**Тривалість:** 5 кредитів ECTS, 15 тижнів, 4 години на тиждень.

**Оцінювання:** поточне оцінювання – 2 модульні контролю, підсумковий контроль – залік.