

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ЗП 3; Рівненський національний університет водного господарства

2. Назва: Стратегічний маркетинг;

3. Тип: обов'язковий;

4. Рівень вищої освіти: II (магістерський);

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 1;

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 1;

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4,0;

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Попко О.В., д.е.н., професор;

9. Програмні результати навчання:

P3. планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;

P4. вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації;

10. **Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи;

11. **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетинг промислового підприємства», «Логістика», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення», «Рекламна діяльність», «Маркетингові комунікації»;

Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): - .

12. **Зміст курсу:** (перелік тем) Сутність і сфера стратегічного маркетингу. Основи маркетингового стратегічного планування. Маркетингові конкурентні стратегії. Маркетингове середовище підприємства. Маркетинговий стратегічний аналіз галузі. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку. Маркетинговий матричний аналіз. Маркетингові стратегії зростання. Маркетингові цінні стратегії. Маркетингові комунікаційні стратегії.

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Балан В.Г. Стратегічне управління. Методи портфельного аналізу : навчальний посібник / В.Г. Балан. – Київ : Наукова столиця, 2018. – 200 с.

2. Мальчик М.В. Маркетинг: Навч. посібник / Мальчик М.В., Гонтаренко Н.А., Попко О.В., Толчанова З.О., Король Б.О., Мартинюк О.В., Коваль С.І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

3. Попко О. В. Стратегічні імперативи маркетингової діяльності операторів молочного ринку України: монографія / О. В. Попко. – Рівне : НУВГП, 2020. – 251 с.

4. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / Майкл Портер – Видавництво Наш Формат, 2020 – 424 с.

5. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Є. В. Крикавський та ін. – 2-ге вид. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 256 с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

20 год. лекцій, 20 год. практичних робіт, 80 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. **Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: **екзамен** в кінці I семестру.

Поточний контроль: тестування, опитування.

16. **Мова викладання:** українська.

Завідувач кафедри

О.В.Мальчик, д-р ек. наук, професор



DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

- 1. Code:** 3ПЗ;³
- 2. Title:** Strategic marketing;
- 3. Type:** compulsory;
- 4. Higher education level:** the 2nd (Master's degree);
- 5. Year of study, when the discipline is offered:** 1;
- 6. Semester when the discipline is studied:** 1;
- 7. Number of established ECTS credits:** 4;
- 8. Surname, initials of the lecturer, scientific degree, position:** Popko O.V., D.Sc.(Economics), Professor;
- 9. Results of studies:**

P3. plan and conduct their own research in the field of marketing, analyze its results and justify the adoption of effective marketing decisions in conditions of uncertainty;

P4. be able to develop a strategy and tactics of marketing activities, taking into account the cross-functional nature of its implementation;
- 10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures;
- 11. Disciplines preceding the study of the specified discipline:** Marketing, Marketing Research, Marketing of Industrial Enterprise, Logistics, Marketing Product Policy, Marketing Pricing, Advertising Activity, Marketing Communications;
- 12. Course contents:** The Essence and Scope of Strategic Marketing. Fundamentals of Marketing Strategic Planning. Competitive Marketing Strategies. Marketing Environment of the Enterprise. Marketing Strategic Analysis of the Industry. Marketing Strategies for Segmentation and Selection of the Target Market. Marketing Matrix Analysis. Marketing Growth Strategies. Marketing Price Strategies. Marketing Communication Strategies;
- 13. Recommended educational editions:**
 1. Balan V.G. Strategic Management. Methods of Portfolio Analysis: Tutorial /V.G. Balan. – Kyiv : Naukova Stolytsia, 2018. – 200 p.
 2. Malchyk M.V. Marketing: Tutorial / Malchyk M.V., Hontarenko N.A., Popko O.V., Tolchanova Z.O., Korol B.O., Martyniuk O.V., Koval S.I.; for gen.edition D.Sc.(Economics), Professor, Malchyk M.V. – Rivne: NUWEE, 2014. – 444 p.
 3. Popko O.V. Strategic Imperatives of Marketing Activity of Operators of Dairy Market of Ukraine: Monograph / O.V. Popko. - Rivne: NUWEE, 2020. - 251 p.
 4. Porter M. Competitive Strategy. Techniques of Analysis of Industries and Competitors / Michael Porter - Nash Format Publishing House, 2020 - 424 p.
 5. Strategic marketing: textbook / E.V. Krykavskyi and others. - 2nd Ed. - Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, 2013. - 256 p.
- 14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 20 hours, practical classes – 20 hours, independent work – 80 hours. Total –120 hours. Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementing business and role games, implementing case method, individual tasks of scientific research using, multimedia tools.
- 15. Forms and assessment criteria:**

The assessment is carried out on a 100-point scale.

Final control: **exam** at the end of the 1 semester.

Current control: testing, questioning.
- 16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of Department

M. Malchyk, D.Sc.(Economics), Professor