

Силабус

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



«МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Шифр та назва спеціальності	Всі спеціальності	Факультет / Інститут	ННІ економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу
Назва освітньо-професійної програми	Всі програми	Кафедра	Маркетингу

ВИКЛАДАЧ

Федоренко Ірина Анатоліївна, Irina.Fedorenko@khpj.edu.ua



Доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ». Досвід роботи більше 20 років. Автор понад 120 наукових і навчально-методичних робіт. Провідний лектор з дисциплін: «Управління інвестиційним капіталом», «Управління інноваціями», «Управління інноваційним розвитком підприємства», «Основи наукових досліджень», «Стратегія підприємства»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація	Дисципліна спрямована на формування у здобувача вищої освіти світогляду технології розробки та реалізації маркетингової стратегії підприємства як відкритої організаційно-економічної системи, що функціонує в умовах високої мобільності зовнішнього середовища. Зосередження ставиться на здійснення стратегічного процесу на підприємстві з метою забезпечення його ефективного функціонування та подальшого розвитку.
Мета та завдання	<p><i>Мета дисципліни</i> – є ознайомлення здобувачів вищої освіти з концептуальними засадами у сфері формування системи знань і практичних навичок щодо здійснення маркетингового стратегічного планування, оволодіння навичками та інструментарієм стратегічного аналізу і формування маркетингової стратегії підприємства.</p> <p><i>Завдання дисципліни</i> – є формування світогляду, технології управлінських дій, опанування інструментарію розроблення маркетингової стратегії підприємства і вибору стратегічних альтернатив; оволодіння навичок стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни; оволодіння методом кейс-аналізу, навичками аналітичного обґрунтування розв'язування маркетингових стратегічних проблем.</p>

Формат	Лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік .
Результати навчання	<p><i>В результаті вивчення навчальної дисципліни</i> здобувач вищої освіти першого рівня повинен набути наступні компетентності: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; знання та розуміння предметної області професійної діяльності; здатність застосовувати комп'ютерні технології та програмне забезпечення з обробки даних для вирішення економічних завдань, аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів; здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p> <p><i>Програмні результати навчання:</i> застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач; проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати</p>
Обсяг	Загальний обсяг дисципліни 120 год. Лекції – 32 год., Практичні заняття -16 год., Самостійна робота – 72 год.
Вимоги викладача	Здобувач вищої освіти першого рівня зобов'язаний відвідувати заняття згідно розкладу та дотримуватися етики поведінки. У разі відсутності потрібно буде виконати всі завдання, щоб компенсувати пропущені заняття. Участь у практичних заняттях вимагає також попередньої підготовки та завчасного опрацювання всіх необхідних матеріалів для продуктивної участі у дискусіях. Письмові завдання повинні бути подані до встановлених строків. Без особистої присутності здобувача вищої освіти підсумковий контроль не проводиться.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Лекція 1	Маркетингова стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції	Практичне заняття 1	Вивчення сутності маркетингової стратегії підприємства, її еволюції та видів	Самостійна робота	Конкурентні переваги як головний чинник успішної діяльності підприємства. Необхідність формування стратегічного мислення менеджерів підприємства.
Лекція 2	Місія та цілі підприємства	Практичне заняття 1	Дослідження сутності місії та цілей підприємства, а також їхніх вимог та класифікації		Напрями заповнення стратегічної прогалини. Основні етапи аналізу стратегічної прогалини.
Лекція 3	Стратегічний контекст підприємства	Практичне заняття 2	Вивчення змісту стратегічного контексту підприємства та його складових		Методи формування інформаційної бази щодо критичних точок середовища (сканування, моніторинг, прогнозування).
Лекція 4-5	Оцінювання середовища функціонування підприємства Оцінка стратегічного потенціалу підприємства.	Практичне заняття 2	Вивчення сутності та особливостей основних методів стратегічного аналізу середовища функціонування підприємства		Характеристика основних елементів прямого впливу на підприємство. Стратегічні групи конкурентів.

Лекція 6-7	Конкурентні (бізнес) стратегії підприємств Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	Практичне заняття 3	Розгляд сутності та специфіки застосування конкурентних (бізнес) стратегій підприємства	Портфельно-орієнтований підхід. Концепція синергізму
Лекція 8	Маркетингова стратегія зовнішнього розвитку підприємства	Практичне заняття 3	Розгляд змісту та специфіки маркетингових стратегій зовнішнього розвитку підприємства	Використання стратегії диверсифікації як можливості зовнішнього зростання.
Лекція 9	Корпоративна стратегія підприємства	Практичне заняття 4	Вивчення сутності та особливостей різних видів корпоративних стратегій підприємства	Додержання принципів декомпозиції в процесі побудови стратегічної піраміди. Схеми корпоративного планування
Лекція 10	Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства в контексті маркетингових досліджень	Практичне заняття 4	Опанування матричних методів формування корпоративної стратегії підприємства в контексті маркетингових досліджень	Модель портфельного аналізу методом «Shell-DPM»
Лекція 11	Альтернативність у стратегічному виборі	Практичне заняття 5	Визначення стратегічних альтернатив діяльності підприємства та процедури їх формування та вибору	Ідентифікація ризиків реалізації стратегії підприємства
Лекція 12	Декомпонування корпоративної стратегії	Практичне заняття 6	Дослідження сучасних підходів щодо декомпонування стратегії підприємства	Реалізація стратегічних планів за допомогою системи сбалансованих показників
Лекція 13-14	Загальна характеристика функціональної стратегії Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства	Практичне заняття 7	Дослідження сутності, видів та особливостей розробки функціональних стратегій діяльності підприємства	Характеристика системи соціально-психологічного супроводження стратегічних змін
Лекція 15-16	Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	Практичне заняття 8	Дослідження стану, ключових тенденцій та перспектив розвитку стратегічного управління в Україні	Система мотивації у стратегічному управлінні

ЛІТЕРАТУРА ТА НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ

Основна

1. Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. Посіб. /М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 272 с.
2. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: Навч. посіб. /В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.
3. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /П.Г. Клівець – К: «Академвидав», 2007. – 320 с.
4. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: Навч. посібник /О.І. Ковтун – Л.: «Новий світ», 2006. – 388 с.
5. Савченко В.Д. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /В.Д. Савченко, М.І. Байдик, Р.М. Шелудько – Х.: ХНАУ ім. В.В.Докучаєва, 2004. – 206с.
6. Савіна С.С. Особливості стратегічного маркетингового планування на підприємстві: монографія. Луцьк, 2018. 138-187 с.

Допоміжна

7. Минчинська І.В. Стратегія підприємства: курс лекцій / І.В. Минчинська – Ірпінь, 2006. – 314 с.
8. Назаренко О.В. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /О.В. Назаренко – Х.: Видавництво НФаУ, 2003. – 142с.
9. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку /А.П. Наливайко – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с.
10. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій /В.Ф. Оберемчук – К.: МАУП, 2000. – 127 с.
11. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Підручник /М.Г. Саєнко – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.
12. Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посіб. /О.М. Сумець, М.Б. Тумар – К.: «Хай-Тек Прес», 2008. – 399 с.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЗАЛІКУ

Поняття «маркетингової стратегії». Множинність аспектів вживання категорії «маркетингова стратегія». Фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст маркетингової стратегії підприємства. Особливості маркетингової стратегії, що відрізняють її від поточного планування та управління. Стратегічний план як інструмент реалізації маркетингової стратегії підприємства. Конкурентні переваги як головний чинник успішної діяльності підприємства. Необхідність формування стратегічного мислення менеджерів підприємства Суть та значення місії для підприємства Поняття цілей. Стратегічні, довгострокові та короткострокові цілі. Вісім галузей діяльності, в яких мають бути визначені цілі компанії. Критерії ефективності цілей. «Дерево цілей» підприємства. Сутність стратегічної прогалини. Сутність та основні характеристики середовища підприємства (зовнішнє середовище прямого та побічного впливу, внутрішнє середовище). Методи формування інформаційної бази щодо критичних точок середовища (сканування, моніторинг, прогнозування). Методи «портфельного» аналізу. Сутність матриці господарського портфелю підприємства. Вимоги до стратегічного набору. Обґрунтований стратегічний набір підприємства. Загальні маркетингові стратегії зростання: стратегії інтенсивного, інтегрованого і диверсифікованого зростання. Використання стратегії диверсифікації як можливості зовнішнього зростання Головні напрямки корпоративної стратегії. Множинність цілей корпорації. Види функціональних стратегій.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Максимальна сума балів, що може бути набрана студентом за результатами поточного контролю з навчальної дисципліни, складає 100 балів. Кількість балів на кожен змістовий модуль визначають з урахуванням складності, обсягу та значущості в засвоєнні дисципліни: практичних та індивідуальних завдань.

Індивідуальне завдання		РГЗ	Залік	Сума
Змістовий модуль №1	Змістовий модуль №2			
30	30	20	20	100

КРИТЕРІЇ ТА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Згідно основних положень ЄКТС, під системою оцінювання слід розуміти сукупність методів (письмові, усні і практичні тести, екзамени, проекти, тощо), що використовуються при оцінюванні досягнень особами, що навчаються, очікуваних результатів навчання.

Успішне оцінювання результатів навчання є передумовою присвоєння кредитів особі, що навчається. Тому твердження про результати вивчення компонентів програм завжди повинні супроводжуватися зрозумілими та відповідними критеріями оцінювання для присвоєння кредитів. Це дає можливість стверджувати, чи отримала особа, що навчається, необхідні знання, розуміння, компетенції.

Критерії оцінювання – це описи того, що як очікується, має зробити особа, яка навчається, щоб продемонструвати досягнення результату навчання.

Основними концептуальними положеннями системи оцінювання знань та вмінь студентів є:

1. Підвищення якості підготовки і конкурентоспроможності фахівців за рахунок стимулювання самостійної та систематичної роботи студентів протягом навчального семестру, встановлення постійного зворотного зв'язку викладачів з кожним студентом та своєчасного коригування його навчальної діяльності.

2. Підвищення об'єктивності оцінювання знань студентів відбувається за рахунок контролю протягом семестру із використанням 100 бальної шкали. Оцінки обов'язково переводять у національну шкалу (з виставленням державної семестрової оцінки «відмінно», «добре», «задовільно» чи «незадовільно») та у шкалу ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).

Шкала оцінювання знань та умінь: національна та ECTS

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			Позитивні	Негативні
90-100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> - Глибоке знання навчального матеріалу модуля, що містяться в основних і додаткових літературних джерелах; - вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; - вміння проводити теоретичні розрахунки; - відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно послідовні; - вміння вирішувати складні практичні задачі. 	Відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82-89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> - Глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу, що передбачений модулем; - вміння давати аргументовані відповіді на 	Відповіді на запитання містять певні неточності

			запитання і проводити теоретичні розрахунки ; - вміння вирішувати складні практичні задачі .	
75-81	С	Добре	- Міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; - вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; - вміння вирішувати практичні задачі.	Невміння використовувати теоретичні знання для вирішення складних практичних задач.
64-74	Д	Задовільно	- Знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування ; - вміння вирішувати прості практичні задачі .	Невміння давати аргументовані відповіді на запитання; - невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки ; - невміння вирішувати складні практичні задачі .
60-63	Е	Задовільно	- Знання основних фундаментальних положень матеріалу модуля, - вміння вирішувати найпростіші практичні задачі .	Незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу модуля; - невміння попередньо і аргументовано висловлювати думку; - невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35-59	FX (потрібне додаткове вивчення)	Незадовільно	Додаткове вивчення матеріалу модуля може бути виконане в терміни, що передбачені навчальним планом .	Незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу модуля; - істотні помилки у відповідях на запитання; - невміння розв'язувати прості практичні задачі .
1-34	Ф (потрібне повторне вивчення)	Незадовільно	-	- Повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу модуля; - істотні помилки у відповідях на запитання; - незнання основних фундаментальних положень; - невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при нерозв'язності конфлікту доводитися до співробітників дирекції.

Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни