

## УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ

Кафедра менеджменту  
Факультет менеджменту

**Мета курсу (інтегральна компетентність)** – формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо вивчення принципів, завдань та функцій управління процесами маркетингової діяльності підприємства.

**Завданням вивчення** дисципліни «Управління маркетингом» є вивчення системи методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також вирішення конкретних маркетингових завдань.

**Цілі курсу (фахові компетентності):**

- здатність визначати та описувати характеристики організації;
- здатність визначати перспективи розвитку організації;
- здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації;
- здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
- здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

**Програмними результатами вивчення** дисципліни «Управління маркетингом» є:

- демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень;
- описувати зміст функціональних сфер діяльності організації;
- демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

**Короткий зміст курсу:**

Сутність, зміст, мета і завдання управління маркетингом. Стратегічний аналіз в управління маркетингом. Сутність та система маркетингового планування. Стратегічне планування маркетингу. Тактичне (оперативне) планування маркетингу. Бізнес-планування маркетингу. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства. Організація маркетингу на підприємстві. Способи організації маркетингових структур. Сучасні тенденції розвитку організаційних структур маркетингу. Принципи, алгоритм та вимоги створення маркетингових структур на підприємстві. Організаційні структури служби маркетингу. Персонал служби маркетингу.