

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

АНОТАЦІЯ

Маркетинговий менеджмент – це комбінація стратегічного підходу та практичних інструментів для розробки та реалізації маркетингових стратегій на підприємстві. При вивченні цього курсу ви отримаєте глибоке розуміння сучасних методів маркетингу, а також зрозумієте, як мотивувати персонал для досягнення визначених маркетингових цілей. Ви навчитеся розуміти потреби споживачів, планувати та впроваджувати маркетингові стратегії, які забезпечать конкурентні переваги вашого підприємства.

Особливість цього курсу полягає в акценті на сучасні методичні засади організації маркетингового менеджменту комерційного підприємства в контексті підтримки стратегії сталого розвитку. У курсі вивчаються сучасні концепції, організація процесу та процедури маркетингового менеджменту. Здобувачі вищої освіти освоюють знання щодо законодавчого регулювання діяльності маркетингу, застосування положень кодексів маркетингу та добровільних стандартів зі сталого розвитку у маркетинговому менеджменті. Вивчаються організаційні структури маркетингу та система планування маркетингової діяльності на підприємствах групи «МЕТІНВЕСТ». Особлива увага приділяється питанням ділової етики, формування корпоративних цінностей та культури у маркетинговій діяльності. Викладання базується на аналізі реальних кейсів з практики провідних компаній, в тому числі з активів групи "МЕТІНВЕСТ".

Даний освітній компонент є вибіркоким. Якщо ви йдете до професійної кар'єри в маркетингу або бажаєте покращити маркетингову діяльність своєї компанії, цей курс буде незамінним доповненням до вашої професійної підготовки. Він дозволить Вам сформувати сучасне управлінське мислення та отримати конкурентні переваги в очах майбутніх роботодавців в професійній сфері.



Освітній рівень

МАГІСТР

Кількість кредитів

0,0

(як обов'язкова)

5,0

(як вибіркова)

Мова викладання

УКРАЇНСЬКА,

Назва кафедри, яка пропонує дисципліну

МЕТАЛУРГІЇ,
МАТЕРІАЛОЗНАВСТВА
ТА ОРГАНІЗАЦІЇ
ВИРОБНИЦТВА

ГОНЧАР Вікторія,

доктор економічних наук, професор,

експерт в області менеджменту,
маркетингу, діджиталізації бізнесу

viktoriya.gonchar@mipolytech.education



ВИМОГИ ДО ПОПЕРЕДНЬОГО РІВНЯ ЗНАНЬ

- **Управлінські знання:** Основи маркетингу: поняття, цілі, завдання та функції. Основні стратегії та тактики маркетингу. Процес планування маркетингової діяльності. Поняття бренду, позиціонування та його роль в маркетингу. Класифікація маркетингових комунікацій і їх використання.
- **Економічні знання:** Основи макроекономіки: вплив економічних факторів на ринкову діяльність. Моделі конкурентного ринку і роль маркетингу в них. Вивчення поведінки споживачів: мотивація, вибір, прийняття рішень. Поняття цінової стратегії та еластичності попиту.
- **Математичні знання:** Основи статистичного аналізу даних у контексті маркетингових досліджень. Прогнозування та моделювання маркетингових ситуацій. Використання математичних методів для оптимізації маркетингових рішень. Застосування методів кореляції та регресії для вивчення взаємозв'язків між маркетинговими змінними.
- **Знання з комунікацій:** Основи масової комунікації та її роль в маркетингу. Прийоми та методи рекламних комунікацій. Використання цифрових та соціальних медіа в маркетинговій комунікації.

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
- Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;
- Вміти формувати і реалізовувати програми та проекти управління змінами на підприємствах гірничо-металургійного комплексу, оцінювати їх ефективність у різних функціональних сферах.

МЕТОДИ І ФОРМИ НАВЧАННЯ

Освітній процес будується як комбінація лекцій та самостійного вивчення навчального матеріалу на платформі Moodle – з одного боку, та проблемно орієнтованих семінарських занять і практичних занять з відпрацювання аналітично-розрахункових навичок – з іншого. Семінари і практичні заняття передбачають не тільки аналіз умовно змодельованих ситуацій і реальних кейсів, але й використання інтерактивних форм навчання: проведення дискусій, мозкових штурмів. Окрім роботи на цих заняттях від здобувачів вимагається виконати індивідуальні завдання та модульні контрольні роботи. Опціонально доступні індивідуальні та групові консультації.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ

*Складові оцінювання успішності
(для здобувачів освіти, що вивчають курс «Маркетинговий менеджмент»
як вибіркової)*

Назва і стислий зміст контрольного заходу	Кількість балів денна форма	Кількість балів заочна форма
Робота на семінарських та практичних заняттях	30	-
Виконання індивідуальних аналітично-розрахункових завдань	40	-
Модульні контрольні роботи	30	-
Всього (О)	100	-

Модульні контрольні роботи складаються на практичних заняттях за розкладом, графік складання контрольних точок (надання індивідуальних завдань, виконання модульних контрольних робіт) повідомляється викладачем на початку викладання освітнього компонента, однак вони мають бути складені не пізніше, як за один тиждень до закінчення семестру (теоретичного навчання).

Підсумкова оцінка (ПО) за освітній компонент здобувачам освіти, які вивчають дисципліну «Маркетинговий менеджмент» як вибірково, підсумкова оцінка виставляється як сума балів за поточною успішністю протягом семестру.

Переведення кількості балів у шкалу ECTS (A, B, C, D, E, F, FX) та інші шкали здійснюється відповідно до регламентів Університету.

В рамках процедур визнання та перезарахування кредитів враховуються кредити та оцінка результатів навчання з дисциплін (освітніх компонентів) «Маркетинг у менеджменті», «Менеджмент в сучасному маркетингу», «Стратегії маркетингового керування», отримані на попередніх або такому ж рівні вищої освіти.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ

- Результати неформальної або інформальної освіти можуть бути визнані в рамках оцінювання окремих індивідуальних завдань за узгодженням з викладачем.
- Результати участі у науковій роботі (статті, тези виступів, конкурсні наукові роботи тощо) вітаються і можуть бути визнані в рамках оцінювання окремих індивідуальних завдань і модульних контрольних робіт за узгодженням з викладачем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградова О. В. Сучасні види маркетингу. Навч. посібник– Київ: ДУТ, 2019.– 262 с. <http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1703>
2. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А.В. Войчак. –К.: КНЕУ, 2015. – 100 с.
3. Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія [Текст] / І. О. Ковшова. – Видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2018.– 516 с.
4. Крикавський Є. В Маркетинг та менеджмент: навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Т. І. Данько, Н. Б. Ярошевич. Львівська політехніка. 2016. 96 с.
5. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th Edition. PEARSON, 2016. 556 p. ISBN13: 9780133856460
6. Deepak, R. K. A., & Jeyakumar, S. (2019). Marketing management. Educreation Publishing.
7. Park, S. (2020). Marketing management (Vol. 3). Seohee Academy.
8. Kotabe, M. M., & Helsen, K. (2022). Global marketing management. John Wiley & Sons.

АКАДЕМІЧНІ ПОЛІТИКИ

Як член студентської спільноти Технічного університету «МЕТІНВЕСТ ПОЛІТЕХНІКА» Ви маєте дотримуватися певних стандартів та академічної політики:

[Академічні політики - Polytechnic \(metinvest.university\)](https://metinvest.university)

- Шахрайство та плагіат заборонені.
- Матеріали в рамках курсу, захищені авторським правом, можуть бути використані лише тільки здобувачами освіти, яким призначено даний курс. зарахованих на курс для цілей, пов'язаних з цим курсом і не можуть поширюватися.
- Спілкування з однокурсниками та викладачем має бути професійним та ввічливим.
- Очікується, що Ви перевірятимете всі Ваші письмові повідомлення, включаючи поштові повідомлення, на коректність змісту та мови.
- Університет прагне підтримувати середовище, вільне від дискримінації або дискримінаційних домагань, спрямованих на будь-яку людину або групу в межах своєї спільноти - здобувачів освіти, співробітників або відвідувачів.