

# СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

**Вивчає:** теоретико-концептуальний базис стратегічного маркетингу; маркетингові стратегії в стратегічному наборі підприємства; методичні аспекти стратегічної поведінки підприємства; стратегії конкурентної поведінки в системі стратегічного маркетингу; маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку; стратегічні рішення в межах маркетинг-мікс; місію підприємства і маркетингові цілі в процесі стратегічного маркетингу; методологію стратегічного маркетингового аналізу; стратегічний аналіз зовнішнього маркетингового середовища; стратегічний аналіз внутрішнього маркетингового середовища; генерацію й аналіз стратегічних альтернатив розвитку; формування стратегії маркетингу та механізм її вибору; цифрові технології в маркетингових стратегіях; систему управління стратегічним маркетингом; ефективність й результативність маркетингових стратегій в концепції управління підприємством.

**Основна увага** приділяється засвоєнню теоретичних знань щодо маркетингових стратегій і формування практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства.

**У результаті опанування дисципліни здобувачі будуть уміти:**

- визначати сутність, завдання і сфери стратегічного маркетингу, змісту маркетингового середовища та його впливу на стратегічну діяльність підприємства;
- проводити маркетинговий стратегічний аналіз і формувати маркетингові стратегії;
- збирати маркетингову інформацію, проводити кількісні та якісні маркетингові дослідження, здійснювати аналіз отриманих результатів;
- використовувати сучасні інформаційні технології в процесі аналізу внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства;
- оцінювати конкурентоспроможність підприємства та визначати його конкурентні переваги;
- застосовувати в процесі розв'язання практичних завдань знання про закони конкуренції та основні закономірності поведінки споживачів;
- приймати та обґрунтовувати маркетингові рішення щодо управління розвитком підприємства.