1. **Назва модуля**: Стратегічний маркетинг
2. **Код модуля**: МУБ\_8\_ФП.03\_3
3. **Тип модуля**: обов’язковий
4. **Семестр:** 2
5. **Обсяг модуля:** загальна кількість годин – 90 (кредитів ЄКТС – 3); аудиторні години – 30 (лекцій – 14, практичних – 16)
6. **Лектор:** Бріт Оксана Віталіївна
7. **Результати навчання:**

У результаті вивчення модуля студент **повинен:**

**знати:** методологічні та теоретико-методичні основи стратегічної маркетингової діяльності підприємства; наукові основи її формування та обґрунтування; основні поняття стратегічного маркетингу; елементи та види, маркетингових стратегій; сутність, функції та етапи стратегічного планування; сутність і склад маркетингового середовища; фактори маркетингового макросередовища; основні методи і показники, які використовуються для оцінювання сильних та слабких сторін підприємства; фактори та критерії сегментації; стратегії недиференційованого, диференційованого та концентрованого маркетингу; сутність і класифікація маркетингових стратегій зростання; переваги та недоліки використання стратегій диверсифікації; сутність маркетингового управління портфелем бізнесу фірми; поняття конкурентної переваги; різновиди стратегій позиціонування; сутність і класифікація маркетингових конкурентних стратегій.

**уміти:** збирати та обробляти маркетингову інформацію; вільно володіти методами та інструментарієм дослідження маркетингового середовища підприємства; формулювати ефективну місію підприємства; формувати правильні маркетингові стратегічні цілі; розробляти альтернативні маркетингові стратегії та визначати заходи для їх досягнення; аналізувати і оцінювати стратегічну діяльність підприємства; проводити сегментування ринку та позиціонування товару; оформляти звіт за результатами маркетингового дослідження; досліджувати діяльність підприємства та обирати маркетингові стратегії.

**Спосіб навчання:** аудиторні заняття

1. **Необхідні попередні та супутні модулі:**

**пререквізити:** «Бренд-менеджмент в туризмі»;

**кореквізити:** «Бізнес-стратегії в індустрії гостинності країн світу».

1. **Зміст модуля:**

Сутність і сфера стратегічного маркетингу. Аналіз маркетингового середовища. Маркетингова стратегічна сегментація. Формування і вибір цільових сегментів підприємства. Маркетингові стратегії зростання. Маркетингові стратегії диверсифікації. Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства. Визначення конкурентних переваг підприємства. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування. Маркетингові конкурентні стратегії.

**11. Рекомендована література:**

1. Балабанова Л. В. Стратегічний маркетинг : підручник. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.

2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібник / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2006. – 152 с.

3. Стрельчук Є. М. Маркетинг : навчальний посібник / Є. М. Стрельчук, Є. Г. Борисевич. – ОНАЗ ім. О. С.Попова, Одеса. – 2013. – 52 с.

**12.** **Форми та методи навчання:** лекції,практичні заняття, самостійна робота.

**13. Методи і критерії оцінювання:**

– Поточний контроль(80%)–усне опитування, тестування, індивідуальне навчально-дослідне завдання;

* Підсумковий контроль (20%) – залік, екзамен (теоретичні питання, задачі, тестові завдання).
1. **Мова навчання:** українська.