

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до навчального плану

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Рівень вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Спеціалізація Маркетинг

Освітня програма Магістра

Форма навчання денна, заочна

Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 10 міс.

Навчальний план, затверджений Вченою радою 30 серпня 2016 року, протокол № 7

(дата та номер протоколу)

Відповідність вимогам стандарту вищої освіти (в разі наявності) стандарт відсутній

Відповідність вимогам професійного стандарту (в разі наявності) стандарт відсутній

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання: наявність диплому бакалавра, спеціаліста, магістра

- диплом ОР «бакалавр»: (1) фахове вступне випробовування; 2) вступне випробовування з іноземної мови)

- заява на ім'я ректора університету;

- диплом про вищу освіту;

- медична довідка форма 086-У;

- вимоги до вступників: (бажання працювати закордоном; бажання працювати на державній службі; інтерес до економіки та маркетингу; готовність здійснювати наукові дослідження та формувати їх результати; бажання будувати кар'єру у сфері маркетингу).

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
I. Цикл загальної підготовки		
Обов'язкові дисципліни		
Здатність обґрунтовувати наукову проблему та розробляти методику та план наукового дослідження. Здатність добирати інформаційні джерела наукових досліджень та оформляти результати наукових досліджень. Здійснювати апробацію результатів наукових досліджень.	Уміння виконувати пошук інформації стосовно об'єкту дослідження. Уміння сформулювати мету і задачі дослідження. Класифікувати математичну модель і вибрати форму моделі. Формалізувати опис моделі, мети та задачі дослідження в математичних термінах. Уміння - виконати оцінку якості моделі та вирішити задачі дослідження. Уміння сформулювати стратегію управління процесом.	Методологія та організація наукових досліджень
Здатність до усної та письмової професійної комунікації іноземною мовою. Здатність адекватно розуміти, вільно висловлювати та інтерпретувати ідеї, думки,	Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні. Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації іноземною мовою.	Іноземна мова

<p>почуття, факти і ставлення як усно, так і письмово.</p>	<p>Уміння читати, відповідати на запитання, вести ділове анотування та бесіду іноземною мовою в обсязі, необхідному для спілкування в соціально-побутовій, культурній та професійній сферах.</p> <p>Уміння використовувати іноземну мову для забезпечення результативної професійної діяльності.</p>	
<p>Здатність узагальнення теоретичних засад у сфері публічного адміністрування, розуміння основних тенденцій та напрямів їх еволюції.</p> <p>Можливість визначення суті, законів, принципів і механізмів публічного адміністрування в розвитку суспільства.</p> <p>Опанування основами методології, технологіями та оволодіння методами формування, моніторингу та контролю управлінських рішень на національному, регіональному та місцевому рівнях, а також на рівні суб'єктів публічної сфери, з позицій загально-цивілізаційних цінностей, світового досвіду та осмислення наукових здобутків.</p> <p>Набуття навичок розробки та впровадження заходів із забезпечення результативної та ефективної діяльності суб'єктів публічної сфери.</p>	<p>Уміння підготувати нормативну документацію (накази, розпорядження тощо), пропозиції, рекомендації (проекти) для суб'єкта публічного адміністрування щодо визначення стратегічних цілей, завдань та етапів управлінських рішень на основі результатів системного аналізу суспільно-політичного та соціально-економічного стану розвитку сфери управління (об'єкта управління), застосовуючи методики визначення певних показників.</p> <p>Навики визначати технологію управління суб'єктом публічної сфери, що є раціональною за ознаками досягнення мети діяльності та використовуваними ресурсами, з урахуванням особливостей цього суб'єкта.</p> <p>Уміння визначити процедури та основний зміст кожного етапу вироблення та впровадження управлінського рішення з визначенням термінів, виконавців і вартості;</p> <p>Навики вживати заходи із впровадження сучасних форм і методів діяльності суб'єкта публічної сфери, його структурного підрозділу, оптимізації його функціональної та організаційної структури, з урахуванням змісту сучасних управлінських технологій.</p> <p>Уміння застосовувати методи та критерії оцінювання результативності та ефективності публічного адміністрування в умовах соціально- економічних змін.</p>	<p>Публічне адміністрування</p>
<p>Здатність визначити предмет, сутність та зміст економічної безпеки підприємства. Знати теоретичні засади економічної</p>	<p>Уміння досліджувати стан підприємства та рівня його економічної безпеки. Визначити загрози економічній безпеці</p>	<p>Управління економічною безпекою бізнесу</p>

<p>безпеки підприємства. Вміти розробляти та аналізувати стратегії економічної безпеки підприємства. Вивчити економічні методи формування економічної безпеки підприємства. Застосовувати основні показники стану економічної безпеки підприємства.</p>	<p>конкретного підприємства. Уміння аналізувати стратегії економічної безпеки підприємства. Розраховувати показники стану економічної безпеки підприємства. Аналізувати показники оцінки стану економічної безпеки підприємства. Знати методи забезпечення економічної безпеки підприємства та види стратегій економічної безпеки. Визначати основні загрози економічній безпеці підприємства.</p>	
---	--	--

1.2. Вибіркові дисципліни

<p>Здатність визначення причин міжкультурних конфліктів, їх запобігання або нейтралізації. Управління культурним розмаїттям - відмінностями в ділових культурах і в їх системах цінностей. Розробка методів управління бізнесом на стику взаємодії культур, а також колективами працівників різних культур. Здатність формування і розвитку міжкультурних компетенцій менеджерів з метою підвищення ефективності організації в умовах глобалізації економіки.</p>	<p>Управління організаціями за рахунок використання національно-культурних особливостей країн. Уміння ідентифікувати культурні особливості країн як чинники впливу на функціонування організацій. Знати виміри культури, що впливають на ефективність управління. Діагностувати виміри культури організації. Застосовувати виміри культури при організації управління. Опирайтесь на виміри культури при проведенні змін в організації.</p>	<p>Крос-культурний менеджмент</p>
<p>Здатність формування стратегій реклами та методи розробки рекламної ідеї. Володіти правилами, принципами, схемами побудови рекламних звернень і створення рекламних кампаній. Здатність системно сприймати маркетинговий, рекламний і творчий процеси. Можливість розробки рекламних ідей та їх втілення у практичну діяльність.</p>	<p>Уміння визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї. Розробляти креативні брифи та ідеї створення рекламних звернень залежно від завдань маркетингу, комунікативного обміну, соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії. Діагностувати існуючі стереотипи як у свідомості цільових аудиторій, так і у рекламі певних товарних категорій і м'яко відходити від них під час розробки ідеї. Уміння контролювати креативні процеси у рекламі на підприємстві. Використовувати сучасні комунікативні технології у створенні рекламних звернень. Здійснювати дизайн реклами для різних носіїв на основі сучасних законів дизайну та ефективного використання його</p>	<p>Рекламний креатив</p>

	інструментарію. Уміння вибирати жанри та форми реклами, а також засоби масової інформації для її розміщення залежно від маркетингових завдань. Оцінювати ефективність комунікативного впливу рекламних повідомлень.	
II. Цикл професійної підготовки		
Здатність розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вдалих товарів. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту. Планування та організація створення нового товару. Застосування сучасних методів та засобів генерування ідей. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.	Уміння ефективного застосування результатів наукових досліджень, технологічних інновацій, маркетингу нововведень у створенні конкурентоспроможних видів товарів. Навики розробки інноваційних продуктів шляхом використання сучасних методів та прийомів генерування ідей, функціонально-економічного обґрунтування відповідності нових товарів ринковим вимогам.	Товарна інноваційна політика
Здатність застосування методів ефективного застосування результатів стратегічного аналізу для створення конкурентоспроможних товарів. Опанування методики маркетингового стратегічного аналізу та його інструментів (особливо SWOT-аналізу). Ознайомлення з існуючими різновидами маркетингових стратегій підприємства та формування системи стратегій підприємства. Здатність обґрунтування конкурентних переваг підприємства на ринку.	Уміння аналізувати хід процесів у ринковій економіці, пов'язаних з виробництвом та споживанням товарів. Прогнозувати негативні та позитивні наслідки впливу різноманітних факторів на діяльність фірми. Визначати цільовий сегмент ринку та будувати позиційні схеми. Уміння формувати портфель бізнесу фірми та вибирати найбільш ефективні напрямки росту фірми. Розробляти маркетингові конкурентні стратегії. Уміння розраховувати ринкову частку, здійснювати аналіз маркетингового середовища, застосовувати матричні методи вибору стратегій, розробляти їх у певній стратегічній ситуації. Проводити сегментування ринку, побудову позиційної схеми.	Стратегічний маркетинг
Здатність організувати та здійснювати маркетингове дослідження. На основі аналізу ринкових можливостей фірми та її ресурсів вибрати цільовий ринок. Здатність визначати і формувати конкретну	Уміння здійснювати вибір стратегічних рішень щодо оцінки і вибору цільових ринків. Використовувати сучасні технології та методики розробки і прийняття маркетингових рішень. Уміння використовувати сучасні технології та методичні прийоми організації	Маркетинговий менеджмент

<p>маркетингову стратегію фірми, розробляти відповідні програми маркетингу. Здійснювати планування, організацію та контроль у процесі розробки окремих складових комплексу маркетингу. Застосовувати методики здійснення портфельного аналізу підприємства; методи визначення бюджету маркетингу.</p>	<p>маркетингової діяльності, планування і контролю маркетингу. Обирати та застосовувати інструментальні засоби для оцінки і аналізу даних по ринку. - здійснювати аналіз результатів і формулювати висновки і рекомендації стосовно управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.</p>	
<p>Здатність визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї, укладати контракти на проведення рекламного дослідження та рекламної кампанії. Здатність розробляти стратегічні плани рекламної діяльності (визначати цілі та концепції рекламної кампанії, потрібні асигнування на неї, види і носії реклами). Навики розробляти тактичні плани проведення рекламної кампанії (визначати конкретні завдання, розраховувати кошторис витрат, вибирати жанри та форми реклами, а також засоби масової інформації (ЗМІ) для її розміщення). Здатність створювати рекламне звернення (вибирати принципи рекламування товару, написання текстової частини, розроблення оригінал-макета рекламного звернення).</p>	<p>Уміння розробки стратегічних планів рекламної діяльності. Використання наукових методик дослідження ринку покупців, ринку продавців, а також потреб потенційних покупців. Знання психологічних основ поведінки покупців. Розробка бізнес-плану та бюджету рекламної кампанії. Використання у рекламному бізнесі сучасних засобів обчислювальної техніки та економіко-математичних методів. Знати сукупність засобів рекламного менеджменту та принципи дослідження поведінки споживачів та покупців.</p>	<p>Рекламний менеджмент</p>
<p>Здатність визначати цілі логістичного менеджменту та шляхи їх досягнення. Здатність виконувати прогностичні розрахунки потреби підприємства в основних видах ресурсів. Здатність організувати роботу логістичних підрозділів підприємства. Здатність оптимізувати значення запасів. Здатність проводити розрахунки складських</p>	<p>Здійснювати опис основних підходів та принципи формування логістичної стратегії. Уміння проектувати створення логістичної системи та визначати оптимальні параметри її функціонування. Уміння проводити правильний вибір постачальника та умов поставки, транспортних засобів та шляхів доставки, координувати процеси поставки з виробничими процесами, визначати раціональні рівні запасів</p>	<p>Логістичний менеджмент</p>

<p>приміщень. Здатність використовувати набуті знання у практичній економічній та управлінській діяльності.</p>	<p>та умови їх зберігання. Управляти інформаційними та фінансовими потоками, узгоджувати їх з матеріальними та потоками послуг.</p>	
<p>Здатність обрати методику оцінювання та вибору каналів розподілу. Здатність до оцінку ефективності функціонування каналів розподілення. Здатність до побудови схем роботи каналів розподілення. Здатність визначити шляхи оптимізації каналів розподілу. Здатність раціонально оцінити особливості аналізу витрат розподілу з погляду маркетингу. Здатність визначати методичні підходи до вибору політики охоплення ринку та політики залучення учасників каналу.</p>	<p>Уміння формувати систему товароруху, яка забезпечить досягнення маркетингових цілей підприємства з мінімальними витратами. Запропонувати потрібний підхід (інтенсивний розподіл, розподіл на правах винятковості, селективний розподіл) у рішення фірми про число посередників, які будуть нею використані на кожному рівні каналу розподілу. Уміння формувати збутову політику фірми та провести презентацію товару. Розраховувати ефективність каналів розподілу. Здійснювати аналіз та оцінку ефективності функціонування каналів розподілення з метою забезпечення результативного досягнення встановлених цілей і виконання місії господарюючих суб'єктів.</p>	<p>Маркетингова політика розподілу</p>
<p>2.1.2. Практична підготовка</p>		
<p>Формування у спеціаліста-випускника професійних умінь, навичок, здатності самостійно приймати рішення на конкретній ділянці роботи в умовах реальних наукових досліджень та виробництв, виконувати різноманітні обов'язки, притаманні їх наступній професійній та організаційно керівній діяльності.</p>	<p>Уміння аналізувати і практично використовувати законодавчу і нормативну базу підприємницької діяльності; Здатність щодо збору, опрацюванню й аналізу економічної (зокрема статистичної) інформації щодо маркетингової діяльності у конкретній організації (підприємстві) або відповідній адміністративній одиниці.</p>	<p>Виробнича практика за фахом</p>
<p>Здатність отримати навички вести професійну діяльність; аналізувати стан і виявляти причини недоліків у системі управління, вживати заходів щодо їх ліквідації і попередження; володіти показниками роботи підприємств, організацій, установ, виявляти можливості підвищення ефективності управлінської праці.</p>	<p>Уміння поглибити і зміцнити знання, набутих у процесі навчання, розвиток навичок науково-дослідної роботи і розв'язання прикладних завдань, набуття досвіду ділового спілкування, підготовка до самостійної роботи на посадах пов'язаних з маркетинговою діяльністю за спеціальністю "Маркетинг"</p>	<p>Виробнича практика</p>

Здатність володіти навичками провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності щодо управління маркетинговою діяльністю.	Уміння використовувати професійно-профільовані знання, уміння й навички для аналізування, оцінювання і прогнозування головних показників пов'язаних з маркетинговою діяльністю у дослідницькій роботі.	Підготовка магістерської роботи
Здатність використовувати фахові знання у професійній діяльності та наукових дослідженнях	Уміння використовувати теоретичні положення та професійно-профільовані знання у сфері маркетингової діяльності.	Атестація
2.2. Вибіркові дисципліни		
Здатність демонструвати розуміння теоретичних засад формування концепції та архітектури бреднів. Здатність використовувати навички та методики маркетингового інструментарію для формування й управління асортиментом підприємства (розробка та модифікація продукції, промисловий дизайн; оцінка якості продукції та відповідності споживчим очікуванням; рекламна діяльність, паблік релейшенз і фірмовий стиль підприємства). Можливість демонструвати вміння систематичного пошуку й обробки ситуаційних і статистичних даних. Здатність формалізувати процедури брендингу в вигляді піраміди й архітектури бреднів, розрахунків техніко-економічних показників (поінформованість і лояльність споживачів, вартість марочного капіталу підприємства, економічні ефективність брендингу).	Уміння використовувати інструментарій брендингу в плануванні й управлінні портфелем товарів і торговельних марок підприємства. Управління торговими марками на основі принципів маркетингу. Розуміння ролі й призначення бреднів у комерційній і некомерційній діяльності. Планування концепції та архітектури бреднів, розробки атрибутів й елементів бренду, оцінки економічної ефективності брендингу на підприємстві. Формування у соціально-відповідальної та професійно-компетентної культури управління активами торговельної марки.	Бренд-менеджмент
Здатність аналізувати результати комерційної діяльності та розробляти необхідні заходи для підвищення її ефективності. Організувати закупівлю, продаж товарів та послуг. Розбиратися у договорах купівлі-продажу, постачання,	Уміння формування цінової політики торговельного підприємства. Навики прогнозувати кон'юнктуру споживчого ринку. Уміння планувати обсяг і структуру реалізації товарів. Уміння аналізувати і планувати доходи й витрати підприємства. Уміння оцінювати рівні господарських ризиків. Можливість	Комерційна діяльність посередницьких підприємств

<p>консигнації тощо. Здатність обґрунтувати вибір відповідного рішення щодо здійснення комерційної угоди. Навики визначити основні напрями та мету кон'юнктурного дослідження ринку. Здатність виявити й проаналізувати сильні та слабкі сторони підприємств партнерів. Визначити зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на комерційну діяльність. Здатність провести аналіз комерційної діяльності.</p>	<p>аналізувати основні кошти й оборотні активи підприємства торгівлі. Оцінювати фінансовий стан торговельного підприємства та ефективність діяльності торгових посередників. Здійснювати вибір ефективних методів продажу товарів.</p>	
<p>Володіти технологіями управління конфліктами у публічному адмініструванні та техніками боротьби зі стресовими ситуаціями. Використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології для забезпечення процесу публічного адміністрування. Володіти традиційними та сучасними методами та методологіями дослідження у державно-управлінській сфері. Здатність аналізувати та порівнювати процеси становлення й розвитку публічного адміністрування в Україні, обирати й застосовувати дієві моделі комунікацій у сфері публічного адміністрування з метою створення умов для соціально-економічного розвитку держави. Розуміти вимоги чинного законодавства України для розроблення та запровадження нормативних документів, що регламентують діяльність публічної адміністрації, вміти доносити їх до громадянського суспільства.</p>	<p>Уміти забезпечувати відкритість та прозорість діяльності органів публічного адміністрування шляхом налагодження їх взаємодії з суб'єктами громадянського суспільства, фізичними та юридичними особами, застосовуючи комунікативні та інформаційні технології. Уміння в умовах виробничої діяльності та визначеного терміну виконання, використовуючи типові управлінські технології, організувати проведення нарад, зустрічей тощо за участю керівництва. Уміння застосовувати комунікативні технології шляхом організації переговорного процесу. Уміння з урахуванням методів і принципів побудови організаційної структури, виходячи з установчих документів, визначати інструменти психологічної взаємодії, розробляти заходи щодо створення соціально психологічних умов діяльності колективу, забезпечувати вирішення конфліктів в організації (підприємстві, установі). Аналізувати та вміти вирішувати проблеми, що виникають у сфері публічного адміністрування на різних адміністративно-територіальних рівнях, висвітлювати діяльність органів публічного адміністрування, використовуючи різноманітні канали комунікацій.</p>	<p>Маркетинг у публічному управлінні</p>
<p>Здатність створення медіа-</p>	<p>Уміння визначити мету та завдання</p>	<p>Медіапланування</p>

<p>продуктів та використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій. Опанування знань щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування та управління. Оволодіння знаннями у галузях медіа-права та медіа-безпеки. Оволодіння методами виявлення джерел інформації, їх аналіз, забезпечення надійності та достовірності інформації. Оволодіння засобами вербального спілкування: публічні виступи, полеміка, дискусії, консультації тощо.</p>	<p>медійних проектів/кампаній та критеріїв ефективності їх реалізації. Розробляти комунікаційну стратегію та комунікаційну політику підприємств/установ. Уміння визначати ефективність комунікаційних технологій, моделей, каналів. Володіти методами просування товарів та послуг. Здійснювати медіапланування та створювати медійний продукт (для радіо, телебачення, друкарських видань та інтернет ресурсів) та управління ними у ЗМІ. Організувати та проводити спеціалізовані заходи: прес-конференції, презентації, івенти тощо. Володіти засобами вербального спілкування: публічні виступи, полеміка, дискусії, консультації тощо.</p>	
<p>Здатність розробляти політику якості підприємства та розраховувати витрати на забезпечення якості. Розробляти керівництво з якості. Інтегрувати стратегію управління якістю в загальну систему стратегічного управління. Здійснювати економічні розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, спрямованих на підвищення якості та продуктивності. Здатність застосовувати статистичні методи управління якістю в операційній діяльності у процесі забезпечення якості виконання технологічних операцій. Розробляти документацію системи управління якістю продукції відповідно до вимог стандартів ISO 9000 при побудові системи та підготовці підприємства до сертифікації.</p>	<p>Уміння розробляти політику підприємства в галузі управління якістю. Уміння розробляти структуру і основні положення “Керівництва з якості”. Вибирати необхідні стандарти ISO серії 9000 залежно від специфіки підприємства. Уміння розробляти основні елементи систем управління якістю за моделями стандартів ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003. Уміння розробляти основні елементи системи якості згідно з концепцією TQM, виконати оцінювання побудованої системи за критеріями європейської премії за якість. Вибирати оптимальну форму збору, аналізу і обробки економічних даних про діяльність у галузі якості і функціонування системи якості. Розробляти механізм управління економікою якості.</p>	<p>Управління якістю</p>
<p>Здатність застосування Інтернет-сервісів для проведення маркетингових досліджень. Володіння інструментами роботи з</p>	<p>Уміння оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами. Уміння здійснювати різні види маркетингових досліджень в</p>	<p>Інтернет-маркетинг</p>

<p>покупцями в Інтернет-середовищі. Визначення основних моделей та напрямів електронного бізнесу та електронної комерції Інтернет-установ. Використання засобів розробки Інтернет-реклами та Інтернет-логотипів. Прийняття рішень щодо вибору засобів стимулювання збуту в Інтернет-середовищі. Здатність організації зв'язків з громадськістю в Інтернет-середовищі.</p>	<p>Інтернет-середовищі. Уміння формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернет-середовищі. Організувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в Інтернет-середовищі. Володіти методами, засобами та інструментами розробки Інтернет-реклами. Обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту інформаційної установи. Уміння застосовувати різні методи організації зв'язків із громадськістю в Інтернет-середовищі. Приймати рішення щодо поліпшення маркетингової та рекламної діяльності установи на інформаційному ринку Інтернет-середовища.</p>	
<p>Здатність організувати працю та раціонально розподілити роботи між виконавцями. Сформуванню проекту команду та ефективно управляти нею на всіх етапах життєвого циклу, щоб забезпечити успішне виконання ІТ-проекту. Можливість управляти змінами (предметною областю) при здійсненні проекту. Здатність ефективно управляти ризиком в проектах і різних типів та видів. Здатність розробляти управлінські рішення у відповідь на зміни ситуації у ході робіт по проекту. Здатність аналізувати фінансову звітність і приймати обґрунтовані інвестиційні, кредитні та фінансові рішення. Здатність проводити аналіз ринкових та специфічних ризиків, використовувати його результати для прийняття управлінських рішень. Здатність проводити оцінку інвестиційних проектів за різних умов інвестування та</p>	<p>Уміння ефективно управляти часовими характеристиками проектів інформатизації. Уміння визначати вартість проектів інформатизації різних типів і видів, ефективно управляти вартістю проекту на всіх етапах життєвого циклу. Управляти якістю проектів відповідно до вимог стандартів ISO 9000. Уміння застосовувати кількісні та якісні методи аналізу при прийнятті управлінських рішень і будувати економічні, фінансові та організаційно-управлінські моделі. Володіння засобами програмного забезпечення аналізу та кількісного моделювання систем управління. Володіння методами та програмними засобами обробки ділової інформації, здатний взаємодіяти зі службами інформаційних технологій та ефективно використовувати корпоративні інформаційні системи.</p>	<p>Управління проектами</p>

фінансування.		
Здатність проводити маркетинговий стратегічний аналіз та формувати стратегічний план маркетингу підприємства. Здатність планувати і реалізовувати процес стратегічного маркетингу підприємства; Здатність формулювати ефективну місію підприємства. Здатність встановлювати адекватні маркетингові стратегічні цілі підприємства. розробляти адекватні різновиди маркетингових стратегій підприємства; надавати маркетингову оцінку стратегічній діяльності підприємства.	Уміння підходи до розробки стратегічного плану маркетингу підприємства. Уміння проводити маркетинговий аналіз навколишнього середовища і внутрішніх можливостей підприємства. Уміння оцінювати ринкову ситуацію і стійкі конкурентні переваги підприємства. Визначати цілі підприємств і розробляти стратегічний план по їх досягненню. Знати основні підходи до суті концепції стратегічного маркетингу, його співвідношення з оперативними діями підприємства. Знати особливості розробки маркетингових стратегій в оптовій і роздрібній торгівлі.	Сучасні маркетингові стратегії

Інше (у разі потреби) _____

Гарант освітньої програми/керівник кафедри із спеціальної (фахової) підготовки: *д.е.н., проф. Романюк М.Д.* _____