



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ» -
дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Метою курсу «Маркетинговий аналіз» є формування системи знань у сфері маркетингового аналізу, організації його проведення та інформаційного забезпечення.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: місце маркетингового аналізу в системі маркетингового менеджменту підприємства, його сутність, види, предмет та об'єкт; методичний інструментарій маркетингового аналізу; складові ефективності маркетингової діяльності та методику її оцінки.

ВМІТИ: застосовувати методичний інструментарій аналізу маркетингової інформації; використовувати методичні підходи прийняття управлінських рішень на основі маркетингового аналізу; визначати основні стратегічні напрямки діяльності підприємства на основі результатів маркетингового аналізу, зокрема методів портфельного аналізу; досліджувати ринки та маркетингове середовище функціонування підприємства в цілому; застосовувати аналітичні прийоми оцінки ефективності маркетингових заходів; здійснювати кількісну оцінку рівня організації маркетингової діяльності на підприємстві.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
9. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
10. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
11. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
12. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
13. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
14. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
15. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
16. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
17. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
18. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь маркетингового аналізу для підвищення ефективності маркетингових заходів та діяльності підприємства в цілому. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню сутності та інструментарію маркетингового аналізу, а також підвищенню ефективності маркетингової діяльності підприємства.

5. *Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:*

1. Значення, завдання і методичний інструментарій маркетингового аналізу.
2. Інформаційне забезпечення маркетингового аналізу.
3. Кон'юнктурний аналіз ринку.
4. Стратегічний аналіз ринку.
5. Конкурентний аналіз.
6. Оцінка власного потенціалу підприємства та його конкурентоспроможності.
7. Методи портфельного аналізу.
8. Аналіз комплексу засобів маркетингу підприємства.
9. Аналіз міжнародної маркетингової діяльності.
10. Аналіз організації маркетингової діяльності.
11. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства.