



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «КОНКУРЕНТНИЙ МАРКЕТИНГ»

*дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу*

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у засвоєнні теоретичних знань у галузі конкурентного маркетингу та формування навичок щодо обґрунтування вибору інструментарію конкурентного маркетингу.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: цілі, завдання та особливості конкурентного маркетингу; особливості обрання раціональних шляхи втілення стратегічних змін та ведення конкурентної боротьби; види конкурентних стратегій підприємств; види та особливості використання інформаційних технологій в конкурентному маркетингу; особливості управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою підприємств.

ВМІТИ: формувати маркетингові стратегії, розробляти маркетингові програми та плани; досліджувати поведінку покупців; обробляти маркетингову інформацію та раціонально використовувати сучасні інформаційні технології; розробляти пропозиції щодо формування асортиментної політики, ринкової атрибутики товарів; обирати канали розподілу продукції, організовувати комунікаційний процес; формувати ефективну цінову політику.

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

1. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність працювати в міжнародному контексті.
4. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
5. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
6. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
7. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
8. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
9. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
10. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
11. 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 теоретичних знань та практичних вмінь щодо реалізації інструментів конкурентного маркетингу, ведення конкурентної боротьби та ефективної реалізації маркетингових стратегій.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Природа конкурентного маркетингу.
2. Маркетингові концепції – класичні підходи та вимоги сьогодення.
3. Поняття стратегії в конкурентному маркетингу.
4. Дослідження поведінки покупців.
5. Інформаційні технології в конкурентному маркетингу.
6. Управління товаром в конкурентному маркетингу.
7. Розробка збутової та комунікаційної маркетингової політики.
8. Ціноутворення в маркетингу: цілі, фактори, ринкові механізми, стратегії.
9. Сучасні інструменти конкурентного маркетингу.