

Назва дисципліни	«Стратегічний маркетинг та менеджмент»
Інформація про факультети (навчально-наукові інститути) і курси навчання, студентам яких пропонується вивчати цю дисципліну	факультет МЕВ та ТБ. Цільова аудиторія – студенти 5 курсу.
Контактні дані розробників робочої програми навчальної дисципліни, науково-педагогічних працівників, залучених до викладання	доцент кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи к.е.н., доцент Данько Н.І. (61022, Харків, майдан Свободи, 6, північний корпус, 3 поверх, каб. 366; тел. (057) 707-53-06. електронна адреса кафедри: turbiz@karazin.ua).
Попередні умови для вивчення дисципліни	Вивчення дисципліни передбачає попереднє засвоєння кредитів з таких дисциплін, як: «Основи наукових досліджень», «Маркетинг туристичної діяльності», «Сфера послуг», «Економічна теорія», «Менеджмент туристичної діяльності»
Опис	<p>Мета дисципліни. оволодіння теоретичними знаннями з питань стратегічного маркетингу та менеджменту, методиками та інструментарієм розроблення стратегій розвитку і діяльності організацій, вивчення стратегічної ролі маркетингу та набуття практичних вмінь і навичок використання стратегічного управління в діяльності організацій.</p> <p>Очікувані результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти (слухачі) мають вивчити термінологію, понятійний апарат стратегічного маркетингу і менеджменту; отримати систему знань у сфері теоретичних, методичних, інформаційних основ стратегічного менеджменту та маркетингу; стратегічних досліджень; потреб та попиту; сегментації ринку і типології споживачів; товару, ціни, розповсюдження, комунікацій як елементів комплексу маркетингу; засвоїти методичний інструментарій стратегічного менеджменту та маркетингу, оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній методичній літературі точок зору щодо стратегічного менеджменту та маркетингу, діючого механізму реалізації стратегічного управління на підприємствах туристичної галузі та розроблення обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення.</p> <p>Теми аудиторних занять та самостійної роботи Заплановано 9 (дев'ять) тем, які вивчаються протягом 45 годин аудиторних занять (30 год. – лекції, 15 год. – семінарські (практичні) заняття).</p> <p><i>Тема № 1. Основи стратегічного менеджменту в туризмі (Лекцій – 2 год. Сем. – 1 год.)</i></p> <p><i>Тема № 2. Організація як об'єкт стратегічного управління (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i></p> <p><i>Тема № 3. Аналіз та діагностика зовнішнього середовища (Лекцій – 2 год., Сем. – 2 год.)</i></p> <p><i>Тема № 4. Основи теорії конкуретних переваг (Лекцій – 4 год., Сем. – 2 год.)</i></p> <p><i>Тема № 5. Аналіз і вибір стратегічних позицій (Лекцій – 4</i></p>

год., Сем. – 2 год.)

Тема № 6. Управління на основі гнучких експертних рішень (Лекцій – 4 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 7. Реалізація стратегічних рішень (Лекцій – 2 год. Сем. – 2 год.)

Тема № 8. Визначення товарних стратегій підприємства (Лекцій – 4 год., Сем. – 2 год.)

Тема № 9. Маркетингові конкурентні стратегії (Лекцій – 4 год., Сем. – 2 год.)

Методи контролю результатів навчання

поточний контроль здійснюється у формі усних відповідей на семінарських заняттях; письмового експрес-контролю; тестових завдання; виконання творчих завдань; розв'язування ситуаційних задач.

Підсумковий контроль – у формі іспиту.

Мова викладання - українська