СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ (ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ)

Метою курсу є формування у студентів системи теоретичних знань із маркетингових стратегій та практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємств різних сфер економічної діяльності



Чуприна Олена Оскарівна,
д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу та туризму

Змістовні модулі:

Змістовий модуль 1. Концептуальні засади стратегічного маркетингу
Змістовий модуль 2. Інструментарій стратегічного маркетингового аналізу
Змістовий модуль 3. Ефективність та альтернатива вибору стратегій маркетингу

Результати навчання:

- здатність аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного рин-ку, планувати результати їх стратегічного розвитку.
- здатність управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів;
- здатність приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування;
-вміння розробляти стратегії розвитку туристичної діяльності та пропонувати способи удосконалення туристичної інфраструктури на різних рівнях державного та регіонального управління.

Семестр: 3 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму