

# УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ПРОЕКТАМИ

## 01 МЕТА

Формування у здобувачів чіткого уявлення про сучасну концепцію маркетингу в управлінні проектами, про діяльність спрямовану на вирішення завдань підприємства щодо пропозиції на ринку продуктів проекту, які в найбільшому ступені задовільняють потреби споживачів; формування компетентностей відносно застосування універсального інструментарію розробки та реалізації маркетингових проектів з метою досягнення ефективного існування та розвитку підприємства

## 02 ТЕМАТИКА

1. Загальна характеристика управління маркетинговими проектами
2. Обґрунтування доцільності маркетингового проекту та оцінка його ефективності
3. Сучасна концепція маркетингу в управлінні проектами. Маркетингові дослідження.
4. Проект маркетингу: Розробка маркетингової стратегії проекту та формування його концепції
5. Проект маркетингу: програма, бюджет та реалізація маркетингу проекту.
6. Управління термінами маркетингового проекту. Сітьове і календарне планування.
7. Управління ризиками в маркетингових проектах
8. Управління якістю маркетингових проектів

## 03 ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ

- Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
- Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
- Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування