




**Силабус навчальної дисципліни
«Внутрішньофірмовий маркетинг»**

**Спеціальність: 075 Маркетинг
Галузь знань: 07 Управління та адміністрування**

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Статус дисципліни	Професійно-орієнтована навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Поняття, цілі та основні завдання внутрішньофірмового маркетингу, практичні навички при рішенні конкретних маркетингових завдань при роботі в службах маркетингу підприємств, навички вирішення проблем в області побудови ефективної системи взаємодії на підприємстві.
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Курс є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у виробничо-господарській та маркетинговій діяльності підприємства при побудові системи взаємовідносин організації з персоналом та практичної реалізації нової стратегії організації.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - вміння використовувати міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. - формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини на підприємстві. - розуміти методологію комунікативної практики з ретельним дотриманням соціальних, групових, індивідуальних інтересів, з урахуванням ціннісних уявлень персоналу. - вміти оцінювати взаємовигідний економічний ефект взаємодії підрозділів підприємств, формувати взаємовідносини з персоналом.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі, формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування, вирішувати практичні проблеми діяльності фірми, забезпечувати стійкий розвиток підприємства та укріплення його комерційних зв'язків, інтеграцію функцій підприємства в єдину соціально-орієнтовану систему, розуміти виробничу і ділову культуру, культуру взаємин між працівниками
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Внутрішній маркетинг як засіб реалізації загальнокорпоративної стратегії. Внутрішні стандарти обслуговування клієнта. Система стимулювання персоналу до дії в рамках концепції внутрішнього маркетингу. Ланцюг створення споживчої цінності. Мережа внутрішніх комунікацій. Внутрішній

	<p>маркетинг як інструмент управління інноваціями та зниження опору змінам.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, словесні, наочні, практичні; проблемні; частково-пошукові (евристичні); дослідницькі (наукові доповіді, наукові повідомлення).</p> <p>Форми навчання: очна (offline, online), заочна</p>
Пререквізити	Знання з маркетингу, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврського) рівні вищої освіти
Пореквізити	Знання з маркетингу взаємовідносин можуть бути використані під час вивчення курсів Управління конкурентоспроможністю об'єктів, Стратегічний маркетинг, Маркетинговий менеджмент, Прогнозування управлінських рішень в маркетингу та написання магістерської роботи
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг в системі управління підприємствами, регіонами, державою - К., 2013. 2. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу - К., 2005. 3. Савельєв Є. В., Чеботар С. І., Шевчик М. Г., Мартинюк В. О. Новітній маркетинг - К., 2008. 4. Овечкіна О.А., Солоха Д.В., Іванова К.В., Морєва В.В. Планування маркетингу - К., 2012. <p>Репозитарій НАУ:</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторії теоретичного навчання, навчально-наукова лабораторія інформаційних систем маркетингу, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік, тестування, практичне завдання
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	 <p>Борисенко Олена Сергіївна Посада: доцент Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/170-borisenko-olena-sergijivna Тел.: +380(44) 406-77-43 E-mail: olena.borysenko@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 2.203а</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк на дисципліну	