

Маркетинг

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у майбутніх спеціалістів сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Основні завдання навчальної дисципліни: оволодіння знаннями і методами з питань: теоретичних та методологічних основ маркетингу; вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу; організації та здійснення маркетингових досліджень; сегментування ринку та вибору цільових сегментів; розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

Компетентності:*

ЗК9 Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11 Здатність до адаптації та дій у новій ситуації

ЗК13 Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності

ЗК15 Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів)

Фахові:

ФК 6 Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

ФК 9 Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань

ФК 11 Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління

ФК 14 Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності

ФК 15 Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички

ФК 16 Здатність застосовувати різні технології створення та управління іміджем підприємства

Програмні результати навчання:

ПРН 11 Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації.

ПРН 15 Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

ПРН 16 Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 20 Формувати позитивний імідж у процесі управлінської діяльності.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Тема 2. Маркетингові дослідження

Тема 3. Маркетингова товарна політика

Тема 4. Маркетингова цінова політика

Тема 5. Маркетингова політика продажу

Тема 6. Маркетингова політика просування

Тема 7. Організація маркетингу

Тема 8. Планування та контроль маркетингу

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 90 год

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю залік