



Маркетинг

Кредити та кількість годин:

денна форма 3 ECTS; 90 годин: 24 лекційних, 20 практичних; 46
самостійна робота; залік

заочна форма 3 ECTS; 90 годин: 2 лекційних, 6 практичних; 82
самостійна робота; залік

I. Опис навчальної дисципліни

Опанування основних понять і алгоритмів маркетингу, набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань з дослідження ринків і конкурентів дають змогу зрозуміти характер та особливості здійснення підприємницької діяльності в інформаційну епоху. Це сприяє формуванню в майбутніх економістів вмінь творчого пошуку резервів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства, лідерських навичок та здатності до прийняття управлінських рішень, що є основою їх конкурентоспроможності на ринку праці.

Особливістю пропонованого курсу є не тільки те, що набуті знання дозволяють слухачам зрозуміти «секрети успіху» найефективніших підприємств та організацій в Україні та світі, але й сформувати власну маркетингову стратегію професійного зростання. Вас чекають цікаві дискусії у формі оксфордських дебатів, розв'язання маркетингових ситуаційних вправ та можливість презентації власних досліджень щодо ефективності ринкової діяльності відомих підприємств та організацій.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – формування системи базових знань про сутність та зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринку і конкуренції, набуття вмінь та навичок розробки маркетингових програм.

Завдання навчальної дисципліни – розвинути та набути такі фахові та загальні компетентності:

ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність працювати у команді.

СК5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.

СК10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва та торгівлі з урахуванням ризиків.

III. Результати навчання

За результатами навчання слухачі зможуть:

ПРН4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері в підприємництва і торгівлі.

ПРН5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері в підприємництва та торгівлі.

ПРН6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягти професійних цілей.

ПРН15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

ПРН20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких і торговельних структур з урахуванням ризиків.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1.	Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2.	Вибір та обґрунтування товарної політики
3.	Теорія та методологія комерційного ціноутворення
4.	Основи збутової політики та маркетингової логістики
5.	Маркетингова комунікаційна політика
6.	Оцінка маркетингового середовища та поведінки покупців споживчого та ділового ринків
7.	Теоретико-методологічні підходи сегментування ринків та оцінки їх інвестиційної привабливості
8.	Формування стратегій позиціонування товарів та послуг
9.	Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

