

Анотація вибірових дисциплін

076 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійна програма: Інформаційні технології в підприємницькій діяльності

Дисципліна	Маркетинг
Курс	III
Циклова комісія	Інженерії програмного забезпечення, телекомунікацій та економічної кібернетики
Що буде вивчатися (мета і завдання)	Мета: набуття системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки й конкуренції. Завдання: вивчення основних понять, систем і алгоритмів маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Зміст підготовки здобувачів освіти з дисципліни «Маркетинг» зумовлений необхідністю здобуття знань, напрацювання умінь та навичок, які можуть забезпечити відповідність фахівця таким рівням, як економіст-маркетолог, маркетолог-аналітик, маркетолог-менеджер. Набуття відповідної спеціальності передбачає можливість створення фахівцем власного підприємства та управління підприємством малого бізнесу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Після вивчення всього курсу дисципліни «Маркетинг» здобувач освіти знає: процеси і методи вивчення споживачів і конкурентів як пріоритетних суб'єктів ринку; вміє: виконувати конкретну роботу, пов'язану з використанням основ маркетингу на базі підприємств малого бізнесу, вносити пропозиції і робити кваліфіковані висновки; має уяву про можливості формування науково-теоретичних основ концепції маркетингу для підвищення ефективності функціонування підприємства малого бізнесу в умовах ринкової економіки.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність розробляти маркетингові програми та алгоритм планування перспективних і поточних планів маркетингової діяльності. Здатність складати перспективні та поточні плани комерційної діяльності підприємства у сфері матеріально-технічного забезпечення та збуту. Здатність організовувати моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингової діяльності підприємства малого бізнесу. Здатність організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Здатність реалізовувати плани діяльності за складниками комплексу маркетингу: товар-ціна-розподіл-комунікація.
Форма проведення занять	Лекція, практична робота, бінарне заняття, заняття на підприємстві.
Форма контролю	Залік

