

## Маркетинг

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** формування у здобувачів вищої освіти 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:** формування у студентів системи знань щодо суті маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства, 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 маркетингу.

### ***Компетентності:***

*загальні:*

ЗК 9. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 11. Здатність до адаптації та дій у новій ситуації.

ЗК 13. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності.

ЗК 15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

*фахові (спеціальні):*

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. Класифікація маркетингу.

Тема 3. Характеристика маркетингу.

Тема 4. Маркетингові дослідження.

Тема 5. Маркетингова товарна політика.

Тема 6. Маркетингова цінова політика.

Тема 7. Маркетингова політика продажу.

Тема 8. Маркетингова політика просування.

Тема 9. Організація, контроль і планування маркетингу.

### **Трудомісткість:**

Загальна кількість годин 90 год.

Кількість кредитів 3,0.

Форма семестрового контролю залік.

