

Маркетинг

Семестр	5
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Кількість кредитів ЄКТС	3
Форма контролю	Залік
Аудиторні години	36 (20 год. лекцій, 16 год. практичних)

Загальний опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетинг» формує у студентів систему теоретичних знань про маркетинг як науку та практичних навичок використання маркетингового підходу, інструментарію, методів і рішень для забезпечення успіху підприємства на цільовому ринку.

Передбачає: з'ясування ролі маркетингу в системі управління підприємством; засвоєння теоретичних основ дисципліни (понятійного апарату, концепцій, моделей); опанування методологічного апарату маркетингового аналізу, планування та організації маркетингової діяльності; формування розуміння та навичок використання маркетингового інструментарію для ефективного прийняття рішень і забезпечення успішного функціонування підприємства на ринку.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері обліку та оподаткування або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях
Загальні компетентності	ЗК5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК7. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 9. Здатність розвивати та підвищувати свій загальнокультурний і професійний рівень, самостійно опановувати нові методи роботи та знання щодо комплексного бачення сучасних проблем економіки та управління.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК11. Здатність організувати власну професійну діяльність, застосовувати знання для розв'язання практичних ситуацій, ухвалювати рішення відповідно до законодавства.

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

Програмні результати навчання	РН16. Вміти працювати самостійно і в команді, нести професійну відповідальність за результати роботи, дотримуватися норм та стандартів професійної етики для досягнення спільної мети. РН17. Дотримуватися вимог професійної діяльності, зумовлених необхідністю забезпечення економічного розвитку України.
--------------------------------------	---

Теми лекцій:

1. Вступ. Суть і цілі маркетингу
2. Управління маркетингом
3. Маркетингові дослідження
4. Маркетингова товарна політика
5. Планування нових товарів
6. Маркетингова цінова політика
7. Маркетингова політика комунікацій
8. Маркетингова політика розподілу
9. Міжнародний маркетинг
10. Нейромаркетинг
11. Інтернет-маркетинг

Теми занять:

(семінарських, практичних, лабораторних)

1. Ознайомлення з порядком проведення маркетингового дослідження. Створення SWOT – аналізу на основі поданих даних.
2. Ознайомлення з процесом створення нового товару. Розробка (сценарію презентації) товару з новими властивостями відповідно до обраної теми.
3. Ознайомлення з процесом встановлення ціни на товар різними методами ціноутворення. Аналіз цін на аналогічні товари залежно від різних факторів впливу на ціну. Встановлення ефективної ціни на нову продукцію.
4. Аналіз проведення політики комунікацій на прикладі компанії.
5. Аналіз рекламних продуктів на ринку. Створення власної теле-, радіо-, та друкованої реклами на нову продукцію відповідно до обраної теми.
6. Розгляд і аналіз ситуаційних вправ використовуючи Кейс-метод відповідно до обраної теми.
7. Розв'язання ситуаційної вправи «Свій серед чужих? Чужий серед своїх?»