



ОПИС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Код та назва освітнього компонента	B05019D Маркетинг
Обсяг у кредитах ЄКТС	5 кредита
Мова викладання	Українська
Результати навчання за освітнім компонентом	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none">- сутність маркетингу, його основні концепції.- сутність маркетингової товарної політики.- основні цінові стратегії та маркетингову політику ціноутворення- сутність та особливості маркетингових досліджень.- основи маркетингової політики комунікації та основні її елементи, інструменти мотивування персоналу організації.- систему контролю за впровадженням маркетингових заходів- організацію маркетингових служб.- сутність комплексу маркетингових комунікацій та його роль в системі управління підприємством <p>Уміти:</p> <ul style="list-style-type: none">- визначити роль і місце маркетингових механізмів в досягненні оптимальної збалансованості економічних і соціальних параметрів розвитку підприємств.- аналізувати маркетингове середовище організації ; аналізувати фактори, що впливають на поведінку споживачів.- зробити оцінку реальної ситуації; визначити значення маркетингового механізму забезпечення підприємницької стабільності і формування бюджету розвитку.- дати наукове пояснення маркетинговим процесам, які відбуваються в світі і в Україні; науково обґрунтовувати аналіз маркетингу; демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення
Види навчальної роботи	лекційні заняття, практичні заняття, консультації
Зміст	<p>Розділ 1. Теоретичні основи маркетингу Тема 1. Поняття маркетингу та розвиток його концепції. Причини його виникнення. Тема 2. Маркетинг, як відкрита мобільна система.</p> <p>Розділ 2. Методологічні та інформаційні основи маркетингу Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи. Тема 4. Маркетингові дослідження. Сегментування та позиціонування ринку.</p> <p>Розділ 3. Комплекс засобів маркетингу в діяльності підприємства Тема 5. Товарна політика в системі маркетингу. Тема 6. Маркетингова цінова політика. Тема 7. Політика розподілу в системі маркетингу. Тема 8. Комунікаційна політика в системі маркетингу. Тема 9. Маркетингове планування. Маркетингові стратегії.</p>

	<p>Тема 10. Організація та контроль маркетингової діяльності. Інструменти мотивування.</p> <p>Тема 11. Інтернет-маркетинг</p>
<p>Навчальне обладнання</p>	<p>1. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 5-е вид. – К. : Діалектика, 2020. – 880 с.</p> <p>ПК CPU Intel Pentium G4500 3.50GHz, RAM 4GB, HDD 500GB, монітор Philips 223V7Q 21,5” (15 од.); Операційна система Windows, Office 2016, OpenOffice, Google Chrome, Опера, EdgeGoogle. Онлайн-сервіси для підтримки дистанційного навчання: Workspace for Education Fundamentals, Zoom, Google Meet, хмарні сервіси Google Apps Спеціалізовані ПЗ: Project Management, AnyDesk, TeamViewer WIFI та локальний доступ до мережі Інтернет.</p>