

Маркетинг

Мельничук Любов Сергіївна, кандидат економічних наук, кафедра менеджменту, каб. 10-306

Формат: вибіркова дисципліна.

Мета: формування наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Результати курсу:

Вміння:

- досліджувати маркетингове середовище підприємства;
- проводити сегментацію ринків;
- розробляти комплекс маркетингу: товар, його три рівні, асортимент; цінову політику підприємства; методи поширення на ринку; комплекс маркетингових комунікацій товару (реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, паблік рилейшинз); диверсифікаційну стратегію; етапи життєвого циклу товару.

Навички:

- місця маркетингу структур управління та функціонування маркетингового середовища;
- процесу управління маркетингом;
- елементів комплексу маркетингу;
- маркетингові стратегії фірми та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації і позиціонування.

Маркетинг

Загальні:

ЗК 1 Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях

ЗК 4 Здатність вчитися і бути сучасно освіченим, усвідомлювати можливість навчання впродовж життя

ЗК 5 Здатність працювати як самостійно, так і в команді

ЗК 7 Прагнення до збереження природного навколишнього середовища та забезпечення сталого розвитку суспільства

Спеціальні:

СК 1 Здатність демонструвати знання і розуміння основних теорій, методів, принципів, технологій і методик у сфері геодезії, землеустрою та кадастру, у поєднанні з базовими знаннями природничих, інженерних і економічних наук

СК 4 Здатність проводити польові, дистанційні та камеральні дослідження в галузі геодезії та землеустрою, а також обробляти та аналізувати геопросторові дані за їх результатами

СК 6 Здатність самостійно збирати, обробляти, аналізувати та моделювати геопросторові дані у польових та камеральних умовах

СК 7 Здатність виконувати роботи щодо ведення земельного кадастру, оцінки та реєстрації земель з метою техніко-економічного та екологічного обґрунтування проектів землеустрою та землекористування.

Результати навчання:

РН 2 Вміння працювати самостійно та в команді із застосуванням знань у практичних ситуаціях і постійному їх оновленні протягом життя, в тому числі з урахуванням зміни стану довкілля та суспільства, розвитку технологій і вимог щодо безпеки життєдіяльності; а також із дотриманням кодексів освітньої, дослідницької та професійної етики.

РН 9 Володіти технологіями і методиками планування і виконання геодезичних, топографічних і кадастрових знімачів та комп'ютерної обробки результатів знімачів в геоінформаційних системах.

РН 10 Володіти методами землевпорядного проектування, територіального і господарського землеустрою, планування використання та охорони земель з врахуванням впливу низки умов соціально-економічного, екологічного, ландшафтнього, природо-охоронного характеру та інших чинників.

РН 11 Володіти методами організації топографічних, геодезичних, землевпорядних і кадастрових робіт з урахуванням норм права та положень економіки і менеджменту.

Маркетинг

Тематика курсу:

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 маркетингу.

Тема 10. Контроль маркетингу.

Тема 11. План маркетингу підприємства

Обов'язкові компоненти ОП:

Проекційне мультимедійне обладнання (проектор, екран, ноутбук/комп'ютер);

Доступ до мережі Internet, точка доступу Wi-Fi;

OS: Windows, Android, iOS;

Browsers: Chrome / Opera / Mozilla Firefox / MS Edge;

Програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint; Skype, Zoom, Google Meet;

Система електронного навчання Moodle 3.9

Тренінгова аудиторія (дошка, фліпчарт, комплект канцелярського приладдя для творчості: маркери, олівці, стікери, кольоровий папір, клей, ватман, блокнот для фліпчарту).

Маркетинг

Оцінювання та види робіт:

За семестр: 70 балів

34 балів за практичне заняття (опитування, відповіді та дискусії під час обговорення, активна участь у командній роботі, презентація, доповідь, контрольна робота)

7 балів за презентацію;

15 балів за контрольну роботу;

6 балів за наукове повідомлення;

8 балів за брейн-ринг;

За залік : 30 балів.

Академічна доброчесність: передбачає самостійне виконання презентації, доповіді, контрольних робіт; у разі наявності текстових збігів, копіювання або фальсифікації даних робота не буде зараховуватися.

Консультавання з дисципліни надається згідно графіка консультавання кафедри екології, каб. 10-325.