

Маркетинг

Викладач: к. е. н. Дранус Л. С.

В результаті вивчення дисципліни студент має знати:

- ✓ місце маркетингу структур управління та функціонування маркетингового середовища;
- ✓ процес управління маркетингом;
- ✓ елементи комплексу маркетингу;
- ✓ маркетингові стратегії фірми та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації і позиціонування.

має вміти:

- ✓ аналізувати 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.

Формат: дисципліна циклу професійної підготовки

Обсяг: 5 кредити ECTS, з яких 30 годин лекційних занять, 30 годин групових занять та 60 годин самостійної роботи; 50 % аудиторного навантаження.

Мета: вивчення цієї дисципліни є сформувати систему знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції

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

Маркетинг

Компетентності:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК 5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

ЗК 7. Здатність працювати в команді

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість

СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких (зокрема, у бізнесі у сфері послуг), торговельних та біржових структур

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в сфері бізнесу, підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності бізнесу у сфері послуг, підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків

Програмні результати:

ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях

ПРН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ПРН 6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягти професійних цілей

ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

ПРН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності

ПРН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків

Маркетинг

Оцінювання та види робіт:

- ✓ Відповіді на семінарських заняттях (відповіді та дискусії під час обговорення, активна участь у командній роботі, презентації продукту, бренду та рекламної компанії) – 35 б.
- ✓ Виконання контрольної роботи – 10 б.
- ✓ Наукове повідомлення за заданою тематикою – 5 б.
- ✓ Участь у брейн-рингу – 10 б.

Екзамен – 40 б.

Матеріально-технічне забезпечення:

Проекційне мультимедійне обладнання: проектор, екран, ноутбук/комп'ютер. Програмне забезпечення: Word, Excel, PowerPoint. Доступ до мережі internet, точка доступу Wi-Fi.

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)

Академічна доброчесність:

передбачає індивідуальне виконання практичних завдань, контрольних робіт. У разі наявності текстових збігів, копіюванні або фальсифікації даних, робота не буде зараховуватися.

Поточний контроль знань студентів протягом одного семестру включає оцінку за роботу на семінарських заняттях та самостійну роботу.

Щоб отримати максимальний бал за усний виступ та виконання письмового завдання, тестування, аналітичну роботу необхідно в повному обсязі володіти навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладати під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкривати зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

Контроль знань студентів здійснюється через проведення аудиторних письмових контрольних робіт.

Критеріями оцінки наукового повідомлення є: новизна тексту, обґрунтованість вибору джерел літератури, відповідність змісту обраній темі, цілям і завданням, поставленим у вступі, ступінь розкриття теми (оцінюється від 0 до 10 балів).

Критеріями оцінки розрахунково-аналітичної роботи є: новизна тексту, обґрунтованість вибору джерел літератури, відповідність змісту обраній темі, цілям і завданням, поставленим у вступі, ступінь розкриття теми (оцінюється від 0 до 10 балів).