

МАРКЕТИНГ

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з дисциплін: вступ до фаху, економічна теорія.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Маркетинг» буде корисною для формування у майбутніх фахівців систематизованого комплексу знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів в сучасних ринкових умовах. Завданнями курсу є вивчення теоретичних положень теорії маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань; опанування методологічного апарату та прикладної організації маркетингової діяльності в різних галузях; набуття здатності до творчого пошуку майбутніми фахівцями новітніх та інноваційних напрямків удосконалення виробничо-комерційної діяльності суб'єктів бізнесу через призму маркетингу. Закінчується вивчення курсу формуванням маркетингових стратегій управління для суб'єктів бізнесу.

Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:

Знати:

- основні поняття, термінологію курсу;
- теорію еволюції маркетингової концепції управління;
- характеристику основних елементів концепції маркетингу;
- характеристику основних складових комплексу маркетингу;
- класифікації видів маркетингу;
- теоретичні засади формування маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик;
- основні підходи до планування та контролю маркетингової діяльності;
- теоретичний базис для формування стратегій управління маркетингом для суб'єктів бізнесу;

Уміти:

- розв'язувати конкретні маркетингові завдання;
- застосовувати набуті теоретичні знання при розв'язанні практичних ситуацій;
- уміти творчо вирішувати питання пошуку резервів вдосконалення маркетингової діяльності за допомогою використання сучасного та інноваційного інструментарію.

Мета та основні задачі дисципліни:

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг» є формування знань, умінь та навичок щодо провадження маркетингової діяльності в різних сферах та галузях для забезпечення конкурентоспроможного розвитку суб'єктів бізнесу в ринковому середовищі.

Основними **завданнями** вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг» є: формування теоретичних знань і розуміння сутності теорії маркетингу; формування вміння аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок провадження маркетингової діяльності; формування навичок застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкових суб'єктів, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища; оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень та формуванні стратегій; виявлення навичок самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Компетентність, що забезпечує:

Вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг» забезпечує формування у фахівців здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу; здатність критично

аналізувати, узагальнювати й використовувати теоретичні положення для інтерпретації й прогнозування явищ і процесів у ринковому середовищі; здатність проводити дослідження та бізнес-аналітику ринкового середовища, визначати функціональні області маркетингу, розв'язувати складні задачі та вирішувати практичні проблеми у маркетинговій діяльності суб'єктів бізнесу, установ та організацій усіх форм власності та видів економічної діяльності, що передбачає застосування певного інструментарію маркетингу при формуванні механізмів стратегічного управління для забезпеченні їх конкурентоспроможного розвитку.