

АНОТАЦІЯ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цикл: фахової підготовки для спеціальності 051 «Економіка», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Статус: вибірковий освітній компонент

Курс: 1, 1 семестр

Мета дисципліни – оволодіння теоретичними знаннями з питань маркетингового менеджменту, формування сучасного розуміння можливостей управління маркетингом для досягнення переходу до нового рівня і форм споживання шляхом ситуаційного аналізу ринку, прогнозування еволюції потреб споживачів та стратегічного планування стимуляції руху товарів і послуг, організації продажу, що забезпечує зростання стійкості підприємницької діяльності в умовах вітчизняного ринку.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів **фахових компетентностей**, передбачених відповідною освітньо-професійною програмою:

- ✓ здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур;
- ✓ здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.

У результаті вивчення освітнього компонента здобувач повинен бути здатним продемонструвати такі **результати навчання**, передбачених освітньо-професійною програмою:

- ✓ показувати навички самостійної роботи, демонструвати критичне, креативне, самокритичне мислення;
- ✓ вміння адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності;
- ✓ розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності.

Зміст освітнього компоненту

Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту

Тема 2. Процес маркетингового менеджменту.

Тема 3. Організація маркетингового менеджменту.

Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві

Тема 5. Сутність і система маркетингового планування.

Тема 6. Стратегії маркетингу

Тема 7. Маркетингове стратегічне планування

Тема 8. Розробка маркетингових програм

Тема 9. Тактичне та оперативне планування маркетингу

Тема 10. Контроль маркетингової діяльності підприємства

Викладацький склад:

Лектори: к.с.г. н., доцент Нечипоренко В.О.

Тривалість: 5 кредитів ECTS, 2 семестр

Поточне оцінювання: тестування, експрес-опитування, усний зворотний зв'язок від викладача під час занять, письмовий зворотний зв'язок на есе, реферати, мультимедійні презентації, взаємооцінювання, самооцінювання

підсумковий контроль – залік