

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність»
ОПП Підприємництво, торгівля і біржова діяльність

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ СТУПІНЬ фаховий молодший бакалавр

ВБ1.2 «МАРКЕТИНГ»

(шифри за ОПП та назва дисципліни)

| Опис дисципліни | |
|---|---|
| Назва дисципліни | Маркетинг |
| Статус | Вибіркова |
| Курс, семестр | 3 курс, 5 семестр |
| Обсяг кредитів, годин (з них: лекційні/практичні) | 3, 90 (30/30) |
| Підсумковий контроль | Залік |
| Циклова комісія, яка забезпечує викладання | Циклова комісія економічних дисциплін |
| Анотація | |
| Зміст дисципліни | <ol style="list-style-type: none">1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.2. Система та характеристики сучасного маркетингу.3. Маркетингові дослідження.4. Маркетингова товарна політика5. Маркетингова цінова політика6. Маркетингова політика комунікацій7. Маркетингова політика розподілу8. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства. |
| Актуальність | <p>Сучасний стан розвитку ринкових відносин в Україні для підтримки конкурентоздатності підприємства потребує від них переорієнтації на засади маркетингу. Для застосування концепції маркетингу українським підприємцям необхідно ретельно вивчити досвід маркетингової діяльності у розвинених країнах і адаптувати теорію та практику маркетингу до умов вітчизняного ринку.</p> |

| | |
|-----------------------|---|
| | <p>Маркетингова діяльність повинна ґрунтуватися на глибокому знанні об'єктивної інформації про ринок, про реальні вимоги споживачів.</p> <p>В умовах нестабільності, кризи, посилення ризику в діяльності, підвищення рівня конкуренції на ринку маркетинг стає ледве не єдиним механізмом, який допоможе підприємству реалізувати нові можливості, вижити і розвиватися. Для збереження, зміцнення та зростання позиції підприємства на ринку керівники та спеціалісти повинні оволодіти маркетингом, набути маркетингової інтуїції, володіти маркетинговими технологіями.</p> <p>Актуальність вивчення маркетингу зумовлена також тим, що маркетинговий підхід, його інструменти і методи використовуються практично в усіх сферах людської діяльності.</p> |
| <p>Мета</p> | <p>Мета дисципліни «Маркетинг» — сформувати у студентів систему знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки та конкуренції.</p> |
| <p>Компетентності</p> | <p>ЗК5. Здатність використовувати сучасні інформаційні технології для розв'язання різноманітних задач у навчальній та практичній діяльності; здатність адаптуватися до нових ситуацій.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК8. Здатність працювати самостійно і в команді, ефективно спілкуватися з фахівцями інших професій різного рівня, приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК9. Уміння працювати в міжнародному контексті.</p> |

ФК2. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички ефективного використання ресурсного і виробничо-господарського потенціалу підприємства.

ФК5. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ФК6. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички в галузі товарознавства та комерційної діяльності.

ФК7. Здатність використовувати професійно-профільовані знання у сфері нормативного регулювання якості продукції для встановлення відповідності якості матеріальних ресурсів стандартам, технічним умовам та іншим нормативним документам.

ФК8. Здатність використовувати професійно-профільовані знання у сфері нормативно-правового регулювання економіки для юридичного забезпечення підприємницької діяльності, торгівлі і біржової діяльності.

ФК9. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички у галузі фінансів для здійснення фінансових розрахунків під час підприємницької діяльності, торгівлі і біржової діяльності.

ФК11. Здатність використовувати інформаційні системи і технології для автоматизації розрахунків у підприємницької діяльності, торгівлі і біржової діяльності.

ФК13. Здатність використовувати професійно-профільовані знання і практичні навички з галузі управління матеріально-технічним постачанням і

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <p>збутом продукції підприємства, діяльності торгово-посередницьких організацій, бірж та надання комерційних послуг для організації комерційної діяльності.</p> <p>ФК14. Здатність використовувати сучасні методи комунікаційної діяльності, зокрема рекламної, стимулювання продажу, роботи з громадськістю для збільшення обсягу продажу товарів.</p> <p>ФК18. Здатність використовувати професійно-профільовані знання з галузі підприємництва, договірних взаємовідносин і партнерських зв'язків у підприємстві для організації комерційної та біржової діяльності.</p> <p>ФК19. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.</p> |
| <p>Програмні результати навчання</p> | <p>РН3. Уміти використовувати набуті знання у професійній діяльності, володіти термінологією, інструментарієм та категорійним апаратом в певній системі гуманітарних та соціально-економічних знань.</p> <p>РН8. Уміти застосовувати набуті знання з функціонування та розвитку інфраструктури товарного ринку, її функцій та основних елементів; організації і напрямків діяльності торгово-посередницьких підприємств, специфічні особливості роботи оптових посередників.</p> <p>РН18. Уміти застосовувати набуті знання для організації ефективного використання робочого часу виконавців, вибору методів впливу, мотивації працівників.</p> <p>РН22. Уміти використовувати вербальні та невербальні засоби комунікації.</p> |