

<b>Назва дисципліни</b>		<b>Маркетинг</b>			
<b>Рівень вищої освіти</b>		Перший (бакалаврський) рівень			
<b>Назва спеціальності</b>		Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії			
<b>Назва спеціалізації</b>		Соціально-економічний розвиток регіону та суспільні комунікації			
<b>Форма навчання</b>		денна / заочна			
<b>Кафедра, що забезпечує</b>		Економічних систем і управління інноваційним розвитком			
<b>Курс</b>	2	<b>Семестр</b>	3	<b>Викладач</b>	Волкова Н.І.
<b>А</b>	<b>Мета і задачі дисципліни</b>				
	<p><i>Мета</i> – оволодіння знаннями формування системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.</p> <p><i>Задачами дисципліни</i> є: вивчення основних категорій маркетингових комунікацій; вивчення основних категорій маркетингу; ознайомлення з принципами, завданнями та функціями маркетингу на підприємстві; ознайомлення з сутністю маркетингових алгоритмів, стратегій та політик; набуття практичних навичок з процесів планування, реалізації та контролювання цих процесів; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової системи.</p>				
<b>В</b>	<b>Тематика дисципліни</b>				
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сутність маркетингу і його сучасна концепція.</li> <li>2. Маркетингові дослідження.</li> <li>3. Маркетингова товарна політика.</li> <li>4. Планування нових товарів.</li> <li>5. Маркетингова цінова політика.</li> <li>6. Методи маркетингового ціноутворення.</li> <li>7. Маркетингова політика комунікацій.</li> <li>8. Комплекс маркетингових комунікацій.</li> <li>9. Маркетингова збутова політика.</li> <li>10. Управління каналами розподілу.</li> <li>11. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства.</li> </ol>				
<b>С</b>	<b>Стиль та методика</b>				
<b>Організаційно-методичні форми вивчення</b>	Лекційні та практичні заняття				
<b>Форми контролю</b>	Поточний контроль, модульні контрольні роботи, індивідуальні завдання, екзамен				
<b>Д</b>	<b>Компетентності</b>				
<b>Загальні</b>	<p>ЗК1. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичній діяльності.</p> <p>ЗК2. Здатність до абстрактного та системного мислення, в т.ч. з використанням сучасних методів пізнання.</p> <p>ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, зокрема завдяки використанню інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК14. Здатність використовувати набуті знання, розуміти предметну область та професію на практиці, бути відкритими до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій.</p>				
<b>Фахові</b>	<p>СК17. Розуміння специфіки функціонування реального сектору економіки регіону. Здатність аналізувати та прогнозувати його розвиток в мінливих ринкових умовах.</p> <p>СК18. Розуміння специфіки організації маркетингової та логістичної діяльності на певних територіях.</p>				

Е	<b>Основні результати навчання</b>
	<p>РН2. Демонструвати знання про природу та характер взаємодій окремих країн та регіонів на глобальному, регіональному та локальному рівнях; механізми міжнародних, суспільних та міжрегіональних комунікацій.</p> <p>РН6. Застосовувати набуті знання, розуміти предметну фахову область на практиці, бути відкритим до застосування знань з урахуванням конкретних ситуацій. Знати та використовувати фахову термінологію, пояснювати базові концепції міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій.</p> <p>РН8. Збирати, обробляти й упорядковувати великий обсяг інформації про стан міжнародних відносин, зовнішньої політики України та інших держав. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології, програмні пакети загального і спеціального призначення.</p> <p>РН19. Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.</p>