

## ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ

<i>Семестр</i>	<b>7</b>
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	<b>Фаховий молодший бакалавр</b>
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	<b>3</b>
<i>Форма контролю</i>	<b>Диференційований залік</b>
<i>Аудиторні години</i>	<b>44 (28 год. лекцій, 16 год. семінарських занять)</b>

### Загальний опис дисципліни

Актуальність вивчення дисципліни «Основи маркетингу» зумовлена тим, що маркетинговий підхід, його інструменти і методи використовуються практично в усіх сферах людської діяльності. Сучасний стан розвитку ринкових відносин в Україні для підтримки конкурентоздатності підприємств потребує від них застосування концепції маркетингу та адаптації теорії і практики маркетингу до умов вітчизняного ринку.

**Мета:** формування у здобувачів освіти системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції..

#### **Завдання:**

- ознайомлення з основними питаннями, що розкривають зміст та особливості маркетингу;
- розвиток логічного мислення та підвищення загального рівня інформаційної культури;
- формування теоретичних знань та практичних навичок професійної роботи, що необхідні для вивчення, аналізу та прогнозування кон'юнктури ринку певних товарів чи послуг;
- формування навичок самостійного вивчення учбової, навчальної та довідкової літератури з маркетингової діяльності;
- виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств.

### Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>
<b>Спеціальні компетентності:</b>	<p>СК4. Здатність здійснювати проектування та розробку програмного забезпечення.</p> <p>СК7. Здатність проектувати, розробляти та обслуговувати вебзастосунки з динамічним контентом, використовуючи вебтехнології, технології комп'ютерної графіки та анімації.</p> <p>СК12. Здатність розробляти бази даних.</p> <p>СК13. Здатність приймати обґрунтовані рішення щодо забезпечення бізнес-планування та економічної ефективності діяльності в галузі інформаційних технологій.</p>

### Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

<b>Результати навчання</b>	РН01. Аналізувати явища і події соціально-політичного, культурного, духовного середовища для формування світогляду людини та встановлювати зв'язок між ними. РН02. Вільно спілкуватися усно і письмово державною та іноземною мовами, у тому числі з професійних питань. РН15. Розробляти супровідну документацію на різних етапах процесу життєвого циклу розробки програмного забезпечення
----------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### Теми лекцій:

- 1 Сутність маркетингу, концепції його розвитку
- 2 Класифікація видів сучасного маркетингу
- 3 Організація маркетингової діяльності
- 4 Маркетингові дослідження
- 5 Сегментування ринку
- 6 Маркетингова товарна політика
- 7 Маркетингова цінова політика
- 8 Маркетингова політика розподілу
- 9 Маркетингова політика комунікацій

#### Теми семінарських занять:

- 1 Сучасна парадигма маркетингу
- 2 Особливості організації маркетингової діяльності та маркетингове середовище
- 3 Основи методології дослідження маркетингу
- 4 Отримання конкурентних переваг за допомогою сегментування, вибору цільового ринку та позиціонування
- 5 Товар як елемент ринку
- 6 Ціноутворення: задачі та стратегії
- 7 Мистецтво продажу товарів
- 8 Просування товару: стимулювання збуту, персональний продаж, реклама