

## Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 2 «Новітній маркетинг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	2 (4 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 30 год, практ. – 24 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і маркетингу <b>Данилюк Тетяна Іллівна</b>
<b>Короткий опис</b>	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку, основ маркетингу, менеджменту та маркетингу у сферах діяльності.
Що буде вивчатися	Найважливіші напрями сучасного маркетингу, зокрема таких як інтегрований маркетинг, соціальний маркетинг, маркетинг знань, брендинг, бенчмаркінг, аутсорсинг, франчайзинг, маркетинг супермаркету, мерчандайзинг, маркетинг гостинності, шоу-маркетинг, маркетингові війни, міжнародні маркетингові комунікації в аспекті культурних відмінностей, міжнародна реклама і міжкультурний менеджмент, глобальний маркетинг.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення дисципліни «Новітній маркетинг» допоможе студентам сформуванню такої основної кваліфікаційної ознаки майбутнього маркетолога, як креативність, що визначить нові погляди на маркетинг.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання

	<p>практичних завдань у сфері маркетингу.  Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.  Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.  Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.  Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.  Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.  Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.  Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.  Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.  Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).  Здатність працювати в міжнародному контексті.</p>
<p>Інформаційне забезпечення та/або web-покликання</p>	<p>Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок</p>
<p>Здійснити вибір</p>	<p><a href="#"><u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u></a></p>