

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «Маркетингова концепція управління підприємством»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	073 Менеджмент / Менеджмент
Форма навчання	Денна / заочна
Курс, семестр, протяжність	4 (8 семестр), 6 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	180 год, з них: лекц. – 20 год, практ. – 26 год 180 год, з них: лекц. – 6 год, практ. – 20 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	менеджменту та адміністрування
Автор ОК	кандидат економічних наук; доцент кафедри менеджменту та адміністрування Буняк Надія Михайлівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання з менеджменту, економіки підприємства, психології міжособистісної взаємодії, системи обґрунтування управлінських рішень
Що буде вивчатися	Сутність та зміст маркетингової діяльності в системі управління підприємством. Особливості формування комплексу маркетингу та організації маркетингової діяльності підприємства
Чому це цікаво/треба вивчати	Швидка зміна умов ведення бізнесу висуває нові вимоги до формування системи управління підприємством, зокрема використання маркетингових інструментів для нарощення конкурентних переваг. Урахування потреб споживачів, своєчасна реакція на зміни в маркетинговому середовищі є важливими передумовами ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває оволодіння менеджерами нової генерації маркетинговим інструментарієм прийняття управлінських рішень.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень; - виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень; - демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи; - демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності; - виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

<p>Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; - здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями; - здатність до проведення досліджень на відповідному рівні; - здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). - здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища; - здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
<p>Інформаційне забезпечення та/або web-покликання</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Буднікевич І. М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. Київ : ЦУЛ, 2019. 536 с. 2. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с. 3. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг : підручник. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с. 4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. 5. Череп О. Г. Маркетинг : навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2021, 728с.