

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 5 «Геомаркетинг»
Рівень ВО	другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	106 Географія / Регіональний розвиток і просторове планування
Форма навчання	Денна / Заочна
Курс, семестр, протяжність	2 (3 семестр), 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц. – 10/4 год, практи. – 14/6 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної та соціальної географії
Автор ОК	Кандидат географічних наук; доцент кафедри економічної та соціальної географії Поручинська Ірина Володимирівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання природничої та соціально-економічної географії
Що буде вивчатися	Технологія прийняття рішень з використанням просторових даних у процесі планування і здійснення діяльності в сфері збуту продукції, управління просторово-розподіленими об'єктами, що характеризують споживача, конкурентну ситуацію і інфраструктуру території. Технологія проведення маркетингових досліджень для прийняття стратегічних, концептуальних і управлінських рішень, заснована на методах географічного аналізу різних просторово-розподілених об'єктів і явищ.
Чому це цікаво/треба вивчати	Маркетинговий підхід, його інструменти і методи використовуються практично в усіх сферах людської діяльності. Маркетинг є основою сучасної підприємницької діяльності. Головне завдання сучасного маркетингу - визначення та задоволення людських та суспільних потреб, від чого залежить успішність та величина

	отриманого прибутку підприємця.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування у студентів професійно-орієнтованої компетентності системного світобачення та спрямоване на засвоєння теоретичних і практичних знань з маркетингу, як базових функцій управління підприємством і організацією, що дасть змогу ефективно підійти до стратегічного планування на основі вибору оптимальної моделі ухвалення управлінських рішень. Формування у студентів теоретичних і практичних знань у сфері ведення міжнародної маркетингової діяльності, необхідних для досягнення комерційних цілей у міжнародному бізнесі.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми комплексного регіонального соціально-економічного дослідження, що передбачає застосування різноманітних підходів та методів. Здатність використовувати у професійній діяльності знання з галузей природничих, соціально-гуманітарних та економічних наук; здатність вирішувати проблеми у професійній діяльності на основі абстрактного мислення, аналізу, синтезу та прогнозу; здатність до пошуку, обробки і аналізу інформації з різних джерел, що необхідна для розв'язування наукових і професійних завдань. Здатність до використання принципів, методів та організаційних процедур дослідницької та/або інноваційної діяльності; здатність розуміти проблеми сучасних методів наукового дослідження, використовувати традиційні та новітні інформаційно-комунікаційні технології; здатність складати практичні рекомендації
Інформаційне забезпечення та/або web-посилання	1. Поручинська І. В., Поручинський В. І., Слащук А. М. Роль логістики у проведенні масових спортивних подій. <i>Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»</i> . 2022. № 23. С. 166-170. 2. Поручинська І. В., Поручинський В. І., Слащук А. М. Особливості роботи міського електротранспорту в містах Західного регіону України. <i>Наукові праці МАУП. Економічні науки</i> .

2022. Вип. 3(66). С. 102-109.

3. Поручинська І. В., Поручинський В. І., Слащук А. М., Слащук А. А. Статистичний аналіз споживання продуктів харчування в Україні. *Науковий вісник Чернівецького університету : Географія*. 2022. Том 838. С. 13-19.

4. Поручинська І. В., Поручинський В. І., Слащук А. М. Географія поширення ресурсів спортивно-подієвого туризму в світі. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання сьоме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. – Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2021. С. 302-314.

5. Поручинська І. Агростартапи як один із видів інновацій у сільському господарстві. *«Інноваційні технології в агрономії, землеустрої, електроенергетиці, лісовому та садово-парковому господарстві»: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 20 жовтня 2022 року*. Білоцерківський НАУ. С. 69-70.

6. Поручинська І. В., Поручинський В. І., Слащук А. М. Дослідження ринку косметичної продукції в Україні. *PLANTA+. НАУКА, ПРАКТИКА ТА ОСВІТА: матеріали III Науково-практичної конференції з міжнародною участю, присвяченої 180-річчю Національного медичного університету імені О.О. Богомольця (Київ, 18 лютого 2022 р.)*. Київ, 2022. Т. 2. 332 с.