

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 2 Маркетинговий менеджмент
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності/ освітньо-професійної програми	073 Менеджмент / Менеджмент організацій
Форма навчання	Денна / заочна
Курс, семестр, протяжність	1 (1 семестр), 4 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 14 год (денна форма); лекц. – 4 год, практ. – 6 год (заочна форма)
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, підприємництва, маркетингу.
Що буде вивчатися	Процеси, методи та інструментарій управління маркетинговою діяльністю підприємства; Сутність маркетингового менеджменту, особливості планування, організування, мотивування та контролювання та процес маркетингової діяльності підприємства
Чому це цікаво/треба вивчати	Швидка зміна умов ведення бізнесу висувають нові вимоги до формування системи управління підприємством, зокрема використання маркетингового інструментарію для нарощення конкурентних переваг. Урахування потреб споживачів, своєчасна реакція на зміни в маркетинговому середовищі, прийняття рішень щодо використання маркетингових інструментів є важливою передумовою ефективного функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Водночас посилення конкуренції, підвищення вимог споживачів до якості та доступності товарів і послуг вимагають від сучасних фахівців у різних сферах діяльності знання інструментарію маркетингового менеджменту, а також наявності практичних навиків щодо орієнтованого на ринок управління діяльністю.
Чому можна навчитися (результати навчання)	- критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах; - мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

<p>Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - здатність проведення досліджень на відповідному рівні; - здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів); - здатність генерувати нові ідеї (креативність); - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; - здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів; - здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації; - здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість; - здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію; - здатність до управління організацією та її розвитком.
<p>Інформаційне забезпечення та/або web-покликання</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: конспект лекцій. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі України, 2019. 76 с. 2. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: методичні вказівки до практичних занять. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. 2020. 68 с. 3. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: методичні вказівки до самостійної роботи. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки. 2020. 48 с. 4. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: електронний курс навчальної дисципліни. URL: https://moodle.vnu.edu.ua/course/view.php?id=612 5. Буняк Н.М. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі України, 2022. 180 с.