

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 10.1. «Геомаркетинг і логістика»
Рівень ВО	Бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	014.07 Середня освіта. Географія Середня освіта. Географія. Економіка
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 годин, з них: лекції – 10 годин, практичні – 20 годин
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної та соціальної географії
Автор освітнього компонента	Кандидат географічних наук, доцент кафедри економічної та соціальної географії, Поручинська Ірина Володимирівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання природничої, соціально-економічної географії
Що буде вивчатися	Поняття маркетингу, елементи комплексу маркетингу, формування ринку та його складових: попиту, пропозиції, ціноутворення, просування товару на сучасному ринку реклами, а також територіальні прояви виробничо-споживчого ринку, питання роботи організації, рекламної політики, стимулювання збуту, попиту за рахунок активізації маркетингової діяльності. Загальні закономірності розвитку логістичних систем, особливості та тенденції управління та оптимізація матеріальних потоків і пов'язаних з їх обслуговуванням витрат. Технологічні процеси й управління потоками в логістиці, процеси контролю, управління транспортуванням, складуванням, зберіганням та іншими операціями, запасами в логістиці, економічна ефективність логістики та використання логістики за кордоном.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах сучасного світу нарівні з персональними й корпоративними брендами колосального значення віднедавна набуло поняття «бренд території». Суперництво міст, регіонів і країн за ресурси перетворює їх із географічних одиниць у повноцінні товари, що мають свою цінність, властивості, вартість. Тому в території сформувалася

	потреба мати відмінну ідентичність і вміло про неї розповідати.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Визначати головні елементи комплексу маркетингу, розрізняти види маркетингу, залежно від попиту і пропозицій; визначати маркетингові проблеми і мету маркетингового дослідження та аналізувати результати досліджень; оцінити конкурентоспроможність товару і пропонувати заходи щодо його підвищення; обґрунтовувати доцільність підвищення або зниження цін. Застосовувати на практиці управління різноманітними суспільно-економічними процесами у сучасному ринковому середовищі. Логістика тісно пов'язана практично з усіма галузями економіки, вона є сектором ринку, який розвивається найшвидше, що, в свою чергу, гарантує стабільну потребу в таких фахівцях і дає можливість пошуку високооплачуваної роботи після закінчення навчання або, навіть, ще в процесі навчання. Цей напрямок для молодих людей з уявою і умінням планувати, організовувати.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми комплексного регіонального дослідження, що передбачає застосування теорій і методів сучасного геомаркетингу проведення певних досліджень. 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. Знання та практичні навички на рівні новітніх досягнень, що необхідні для дослідницької та/або інноваційної діяльності у сфері економічної та соціальної географії; здатність застосовувати міждисциплінарні підходи при критичному осмисленні проблем економічної та соціальної географії; здатність до використання принципів, методів та організаційних процедур дослідницької та/або інноваційної діяльності.

