

МАРКЕТИНГ

Циклова комісія,

яка забезпечує викладання фінансово-економічних дисциплін

Відділення економіки та інформаційних технологій

Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Семестр III

Освітньо-професійний ступінь фаховий молодший бакалавр

Кількість кредитів ЄКТС 3

Форма контролю залік

Загальний опис дисципліни

В умовах нестабільності, кризи, підвищення рівня конкуренції на ринку, посилення ризику діяльності маркетинг є одним із важливих механізмів, який допоможе підприємствам реалізувати нові можливості, вижити і розвиватися. Маркетинг на сучасному етапі – це багатоаспектне поняття, багатопланове явище. Маркетинг розглядається як концепція, ринкова філософія бізнесу, самостійний вид підприємницької діяльності, одна з систем управління підприємством, стратегія і тактика мислення та дій суб'єктів ринкових відносин, одна з найдинамічніших сфер економічної діяльності, вид професійної діяльності, комплекс конкретних функцій, методологія ринкової діяльності, що визначає стратегію і тактику функціонування підприємства в умовах конкуренції, наука про ринок, ринкову діяльність.

Мета дисципліни - сформувати у студентів систему знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

Завдання навчальної дисципліни: сформувати у студентів знання щодо основних понять, систем і алгоритмів маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Вивчення дисципліни «Маркетинг» передбачає набуття здобувачем компетентностей, а саме:

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК 5. Знання і розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 7. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

Спеціальні компетентності (СК):

СК 1. Здатність використовувати теоретичний і методичний інструментарій фінансової, економічної, математичної, статистичної, правової та інших наук для розв'язання складних завдань у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

СК 2. Здатність здійснювати професійну діяльність, згідно з вимогами законодавства.

СК 3. Розуміння особливостей функціонування сучасної національної і світової фінансових систем та їх структури.

СК 7. Здатність самостійно виконувати складні завдання у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

СК 9. Здатність виконувати контрольні функції у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

СК 10. Здатність здійснювати ефективні комунікації між фахівцями і користувачами послуг у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

СК 11. Здатність підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати рівень професійної підготовки у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

Очікувані результати навчання.

Результати навчання (РН):

PH 3. Знати економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, що існують між фінансовими процесами та економічними явищами.

PH 5. Дотримуватися вимог законодавства для забезпечення правомірності професійних рішень.

PH 6. Застосовувати набуті теоретичні знання у практичній діяльності для розв'язання професійних завдань.

PH 9. Вміти розв'язувати складні задачі у спеціалізованих сферах професійної діяльності.

PH 13. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації до фахівців і користувачів послуг у сфері фінансів, банківської справи та страхування для досягнення спільної мети.

PH 15. Виявляти навички самостійної роботи та роботи в команді, демонструвати гнучке мислення, відкритість до нових знань.

Перелік тем:

1. Сутність маркетингу і його сучасна концепція.
2. Класифікація маркетингу та його функції.
3. Маркетингова інформація та маркетингові дослідження.
4. Сегментація та позиціонування на ринку.
5. Маркетингова товарна політика.
6. Маркетингова цінова політика.
7. Маркетингова політика просування та розподілу товарів.
8. Маркетингова політика комунікацій та продажу.
9. Планування, організація і контроль маркетингової діяльності підприємства.