

МАРКЕТИНГ

Циклова комісія,

яка забезпечує викладання фінансово-економічних дисциплін

Відділення економіки та інформаційних технологій

Спеціальність 071 Облік і оподаткування

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 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 7. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

Спеціальні компетентності (СК):

СК 1. Здатність аналізувати економічні події та явища з огляду на сучасні теоретичні та методичні основи обліку і оподаткування.

СК 7. Здатність перевіряти законність, достовірність, економічну доцільність господарських і фінансових операцій з метою збереження власності, попередження порушень та зловживань.

СК 10. Здатність демонструвати розуміння вимог щодо професійної діяльності, зумовлених необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної, правової держави.

СК 11. Здатність організовувати власну професійну діяльність, застосовувати знання для розв'язання практичних ситуацій, ухвалювати рішення відповідно до законодавства.

СК 12. Здатність застосовувати етичні принципи під час виконання професійних обов'язків.

Очікувані результати навчання.

Результати навчання (РН):

РН 1. Знати економічні категорії та закони для розуміння зв'язків, що існують між процесами та явищами в різних економічних системах.

РН 7. Характеризувати господарські операції та процеси, вміти документально їх оформлювати для відображення в обліку підприємств.

PH 11. Визначати й аналізувати фінансово-економічні показники діяльності підприємства для виявлення резервів раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

PH 16. Вміти працювати самостійно і в команді, нести професійну відповідальність за результати роботи, дотримуватися норм та стандартів професійної етики для досягнення спільної мети.

PH 17. Дотримуватися вимог професійної діяльності, зумовлених необхідністю забезпечення економічного розвитку України.

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.