



Обґрунтування маркетингових рішень

Minor «Маркетинг і цифрові технології»

Спеціальність: усі спеціальності університету

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	вибіркова (Minor. Дисципліна 4)
Обсяг дисципліни	150 годин/ 5 кредитів ЄКТС
Мова викладання	українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Мета курсу «Обґрунтування маркетингових рішень» полягає в формуванні умінь та компетенцій стосовно обґрунтування маркетингових рішень з різним ступенем невизначеності та ризику. Курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу (StudentCentered Approach), який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами й досвідом, що спроможний виступати самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Завдання курсу надати уявлення про систему методів та алгоритмів економічного обґрунтування маркетингових рішень на підприємстві; навчити здобувачів вищої освіти визначати комплекс ефективних засобів економічного обґрунтування маркетингових рішень на підприємстві; сформувати у здобувачів вищої освіти розуміння пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління ринковими суб'єктами; ознайомити з загальними закономірностями, принципами формування, функціонування та розвитку системи виробничих відносин, яка спрямовує управління сучасним виробництвом на задоволення потреб споживачів; навчити приймати управлінські рішення, здійснювати організацію, планування, реалізацію та контроль маркетингової діяльності на рівні підприємств; здійснювати самостійні дослідження та інтерпретації їх результатів у вирішенні конкретних маркетингових завдань в умовах невизначеності. Розробник дисципліни має досвід роботи з бізнес середовищем та підприємницькою діяльністю, досліджує торгівлю в цифровому просторі та міжнародні економічні відносини
Як можна користуватися набутими знаннями і умінями (компетентності)	Студенти отримають уявлення про способи аналізу основних елементів клієнтського бізнесу і оцінювання рівня клієнтоорієнтованості компанії; оцінювання внутрішніх ресурсів компанії і виявлення ринкових можливостей, що забезпечують їй прибутковість і зростання; використання маркетингового інструментарію для підвищення результативності діяльності компанії
Пререквізити	Знання загальної економіки, макроекономіки, мікроекономіки
Кореквізити	Залежать від окремої освітньої програми здобувача освіти
Організація навчання	Види занять: лекції, практичні заняття. Форми здобуття освіти: денна, заочна. Форми контролю: модульний контроль, іспит
Кафедра	Менеджменту та бізнес-адміністрування
Факультет	Програмної інженерії та бізнесу

Викладач		ПІБ	Либа Василь Олексійович
		Посада	доцент
		Вчене звання	доцент
		Науковий ступінь	кандидат економічних наук
		e-mail	v.lyba@khai.edu
		Персональна сторінка	https://scholar.google.com/citations?user=mvgBH44AAAAJ&hl=uk
Посилання на електронні матеріали курсу	https://mentor.khai.edu/enrol/index.php?id=9568		
Посилання на силабус			