

**ВСП КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
НРЗВО «КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ»**

Вибіркова компонента за вибором здобувача освіти в межах ОПШ

# Маркетинг

для здобувачів освіти

III (II) курсу спеціальності D1 Облік і оподаткування



**Мета вивчення освітньої компоненти:** формування у здобувачів знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

**Завдання освітньої компоненти** полягають у комплексному вивченні теоретичних засад маркетингу, включаючи його сутність, принципи, функції та еволюцію, аналізу маркетингового середовища та поведінки споживачів, розробці ефективних маркетингових стратегій, реалізації маркетингових заходів, оцінці ефективності маркетингової діяльності та адаптації до сучасних умов ринку, зокрема через використання цифрових технологій та інноваційних інструментів, з метою формування у студентів необхідних знань, вмінь та навичок для успішної маркетингової діяльності в умовах конкурентного ринкового середовища.

**Кількість кредитів – 3**

**Загальна кількість годин – 90 год,**  
*з них*

аудиторні заняття - 52 год.;  
самостійне вивчення – 38 год.

**Рік підготовки – 3(2) курс**

**Семестр (и) – 6(4)**

**Вид контролю – залік**

## \* Вивчення освітньої компоненти додатково сприяє формуванню здобувачем таких компетентностей:

- здатності аналізувати ринкове середовище та визначати потреби споживачів;
- уміння розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії підприємства;
- навичок проведення маркетингових досліджень і аналізу отриманих результатів;
- здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері маркетингу;
- уміння формувати конкурентні переваги підприємства;
- навичок планування та реалізації комплексу маркетингу (товар, ціна, просування, розподіл);
- здатності ефективно використовувати сучасні цифрові маркетингові інструменти;
- уміння працювати в команді та презентувати маркетингові рішення.

## Орієнтовний тематичний план вивчення освітньої компоненти:

<i>Тема 1.</i>	<i>Сутність маркетингу та його сучасна концепція</i>
<i>Тема 2.</i>	<i>Маркетингове середовище фірми</i>
<i>Тема 3.</i>	<i>Маркетингові дослідження</i>
<i>Тема 4.</i>	<i>Маркетингова товарна політика</i>
<i>Тема 5.</i>	<i>Маркетингова цінова політика</i>
<i>Тема 6.</i>	<i>Маркетингова політика розподілу</i>
<i>Тема 7.</i>	<i>Маркетингова політика комунікацій</i>
<i>Тема 8.</i>	<i>Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві</i>

# ВДАЛОГО ВИБОРУ