

№	Назва поля	Опис
1	Назва дисципліни	Маркетинговий менеджмент
2	Статус	Вільного вибору
3	Спеціальності	Для всіх спеціальностей
4	Мова викладання	українська
5	Кількість студентів, які можуть одночасно навчатись	20 - 60
6	Семестр, в якому викладається	5 семестр перший (бакалаврський) рівень
7	Кількість: - кредитів ECTS - академічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо)	3 кредити, 90 год. (лекції – 18, практичні – 18, самостійна робота – 54)
8	Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	диференційований залік
9	Кафедра, що забезпечує викладання	кафедра менеджменту та адміністрування
10	Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження)	Тараєвська Леся Степанівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування
11	Попередні вимоги для вивчення дисципліни	Бажання вивчати нове і цікаве, по можливості володіти базовими знаннями з дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг» та «Інфраструктура товарного ринку»
12	Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування даної дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> - отримати знання щодо сучасного розуміння понять маркетингового менеджменту; - організовувати та здійснювати маркетингове дослідження з врахуванням ринкових можливостей фірми та її ресурсів, обрати цільовий ринок; - здатність до застосування у практичній діяльності методів управління маркетингом шляхом формування маркетингових стратегій і програм; - здійснювати планування, організацію та контроль у процесі розробки окремих складових комплексу маркетингу.
13	Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	Результати вивчення дисципліни передбачають: здатність до сучасного розуміння можливостей управління маркетингом для забезпечення зростання стійкості підприємницької діяльності; можливість проводити ситуаційний аналіз ринку та прогнозувати еволюцію потреб споживачів; приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо доцільності зміни маркетингової структури, стратегії та комплексу маркетингу; демонструвати навички розробки та практичної реалізації маркетингових управлінських підходів.
14	Особливості навчання на	Відвідування занять є важливою складовою

	курсі	<p>навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски практичних занять відпрацьовуються на консультаціях з можливістю отримання відповідних балів.</p> <p>Підсумковою формою контролю є залік, однак студенти, які виконали навчальний план (написали колоквиум з лекційних занять і контрольні роботи на практичних заняттях) набрали 60 балів і більше отримують залік на останньому занятті відповідно до шкали оцінювання університету.</p> <p>Студентам, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 59 балів дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами (написання залікової роботи).</p>
15	Стислий опис дисципліни	<p>Вивчення даної дисципліни дає можливість засвоїти теоретичні знання набути практичних навиків з організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.</p> <p>Передбачає вивчення наступних змістових модулів: Концепція, процес та організація маркетингового менеджменту; Складові управління маркетинговою діяльністю; Управління поведінкою споживачів; Управління елементами комплексу маркетингу.</p>