

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 4 «Обслуговування клієнта»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 (5 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 30 год, практ. – 24 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки, підприємництва та маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук; доцент кафедри економіки, підприємництва і маркетингу Шостак Людмила Василівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку, основ маркетингу, менеджменту та маркетингу у сферах діяльності, логістики.
Що буде вивчатися	Обслуговування клієнтів містить у собі використання клієнтоорієнтованих технологій; теорії потреб споживачів, що мають відмінності етнокультурних, історичних та релігійних традицій; роль клієнтоорієнтованості у задоволенні потреб споживачів готельного сервісу; способи реалізації товарного продукту з використанням інтерактивних та комунікативних технологій
Чому це цікаво/треба вивчати	Обслуговування клієнтів - це застосування методів ефективного управління процесом побудови взаємовідносин з клієнтами та використання сучасних інтерактивних технологій і прикладних програм для ефективного вирішення різноманітних завдань бізнесу
Чому можна навчитися (результати навчання)	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Використання інформаційного пакету навчальнометодичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок