

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 5 «Прямий маркетинг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 (6 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 Мохнюк Анна Миколаївна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.
Що буде вивчатися	Ефективні засоби прямого маркетингу SMS-маркетинг та маркетинг через мережу Інтернет (промо сайти, реклама в новинах, спільнотах, блогах, імейл розсилках тощо).
Чому це цікаво/треба вивчати	Прямий маркетинг – це не просто продаж товарів і послуг, але й ефективний механізм спілкування з покупцями, що сприяє побудові довгострокових відносин з ними.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
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 проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок 1. Шостак Л.В., Дудич С.А., Терещенко Е. В. ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД. Економіко-правовий розвиток сучасної України: матеріали XI Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, що присвячена 25- й річниці з дня заснування Національного університету «Одеська юридична академія», м. Одеса, 25 листопада 2022 р. / за ред. д.е.н., проф. О. М. Кібік. Одеса, 2022. 230 с., ст. 41-44. 2. Шостак Л.В., Терещенко Е. В., Дудич С. А. АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД. Економіко-правовий розвиток сучасної України: матеріали XI Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених, що присвячена 25- й річниці з дня заснування Національного університету «Одеська юридична академія», м. Одеса, 25 листопада 2022 р. / за ред. д.е.н., проф. О. М. Кібік. Одеса, 2022. 230 с., ст. 64-67. 3. Шостак Л.В., Мохнюк А.М. Розвиток Інтернет-бізнесу як важливого елементу комунікацій в логістиці. Інфраструктура ринку. Випуск №60, жовтень 2021. Ст. 123-128. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/60_2021/25.pdf 4. Шостак Л. Яручик С. Бізнес в Інтернет-середовищі – вимога часу.: Матеріали всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій (29 жовтня 2021 р). Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2021. 262 с. ст. 220-222. 5. Шостак Л., Микитюк Є. ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: [materials intern. scientific-practical conf. (February 18, 2021)] / resp. ed. Ondrej Mikulaš, Kostiantyn Pavlov, Karol Viktor, Olena Pavlova, Ladislav Viera, Liudmila Shostak, Anton Milan, Alla Lyalyuk - Podhájska, 2021. - 565 pСт. 128-129