

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «Мерчандайзинг»
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 Лялюк Алла Миколаївна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики та маркетингу послуг
Що буде вивчатися	Науково-теоретичні основи бренд-маркетингу та практичних навичок зі створення, розвитку, просування торговельних марок та брендів
Чому це цікаво/треба вивчати	Успіх бренду залежить від таких елементів торгової марки, як логотип, слоган, легенда, упаковка та ін., при цьому будь-який бренд є торговою маркою, але не всі торгові марки стають брендом
Чому можна навчитися (результати навчання)	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Використання інформаційного пакету навчальнометодичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок. Лялюк А. М. Маркетинг: навч. посіб. Вид. 2-ге, доповн. та змін. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 300 с.