

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «Маркетинг підприємств малого бізнесу»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 5 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, основ менеджменту
Що буде вивчатися	Аналіз особливостей ринку малого бізнесу. Дослідження цільової аудиторії та формування клієнтської бази. Розробка ефективних маркетингових стратегій і тактик з обмеженими ресурсами. Створення конкурентних переваг для малих підприємств. Використання сучасних інструментів маркетингу, таких як диджитал-маркетинг, соціальні мережі, контент-маркетинг. Управління брендом та побудова лояльності клієнтів. Адаптація до швидких змін ринку та впровадження інновацій на підприємствах малого бізнесу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення освітнього компонента «Маркетинг підприємств малого бізнесу» є важливим та цікавим, оскільки саме малий бізнес є основою економіки багатьох країн, створює більшу частину робочих місць та сприяє розвитку місцевих громад, а розуміння маркетингових стратегій допомагає таким підприємствам зростати та конкурувати. Маркетинг для малого бізнесу вчить, як ефективно використовувати обмежені ресурси для досягнення максимального

	впливу з невеликим бюджетом. Підприємств малого бізнесу швидко реагують на зміни ринку, а маркетинг допомагає шукати нові ніші, створювати унікальні пропозиції та працювати з клієнтами. Для малого бізнесу особливо важливі онлайн-інструменти (соціальні мережі, контент-маркетинг), які є відносно недорогими, але дуже ефективними.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.