

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 5 «Диджитал-комунікації в маркетингу і логістиці»
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг/ Маркетинг і міжнародна логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 14 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, Старший викладач кафедри маркетингу Савчук Ярослава Олександрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно- категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.
Що буде вивчатися	Використання комп'ютерних інформаційних систем, діджитал технологій, телекомунікаційних, навігаційних та інших технічних засобів у системі логістичного управління підприємствами.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент має на меті формування в майбутніх фахівців системного розуміння понять діджитал комунікацій у маркетингу та логістиці, особливостей роботи з цифровою маркетинговою інформацією, необхідності впровадження та вдосконалення сучасної системи маркетингу та логістики підприємстві.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Р16. Застосовувати логістичний підхід до управління ресурсами організацій та забезпечувати підвищення їх конкурентоспроможності на ринку логістичних послуг. Р17. Здатність застосовувати логістичний інструментарій при аналізі процесів і оцінюванні

	діяльності підприємств, в т.ч. транспортних, транспортно-експедиційних і логістичних.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Спеціальні компетентності: СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.