

Анотація міжфакультетської дисципліни за вибором

Інформація для студентів

Назва дисципліни	«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ»
Викладач	Тимошенко Ігор Владиславович. Д.е.н., доцент, професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії. Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, 61000, м. Харків, майдан Свободи, 4, головний корпус, третій поверх, к. 3-78. Тел.: 057 7075351. Електронна адреса кафедри: ec_teor@karazin.ua
Курс та семестр, у якому планується вивчення дисципліни	<i>2 курс, 4 семестр</i>
Факультети (навчально-наукові інститути), студентам яких пропонується вивчати дисципліну,	<i>МЕВ та ТБ, спеціальність «Міжнародні економічні відносини»</i>
Перелік компетентностей та відповідних результатів навчання, що забезпечує дисципліна	Результатом вивчення навчальної дисципліни є знання, вміння й навички творчого втілення на практиці маркетингової філософії господарювання, що орієнтує всі сторони діяльності сучасної організації на більш ефективне порівняно з конкурентами задоволення існуючих і потенційних потреб, що висуваються ринком. Студенти (слухачі) набудуть компетентностей з впровадження пріоритетних напрямів і форм маркетингового управління сучасними організаціями у виконанні ними виробничих завдань у їхній майбутній професійній діяльності. Вони оволодіють вміннями практичного використання методів і інструментів сучасного маркетингу у розв'язанні тих проблем господарювання, що є універсальними завданнями будь-якої організації в умовах сучасної ринкової економіки, а саме: розробка продуктів, ціноутворення, просування, збут товарів і послуг, встановлення і відтворення маркетингових комунікацій на основі сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.
Опис дисципліни	
Попередні умови, необхідні для вивчення дисципліни	Немає
Максимальна кількість студентів, які можуть одночасно навчатися	150
Теми аудиторних занять та самостійної роботи	Тема № 1. Зміст, цілі і завдання маркетингу в умовах нової економіки. Тема № 2. Аналіз маркетингових можливостей організації. Тема № 3. Розробка і обґрунтування маркетингових рішень Тема № 4. Планування маркетингової діяльності сучасної організації.

Тема № 5. Організація маркетингу сучасної організації.
Тема № 6. Управління товарними лініями і торговими марками
Тема № 7. Розробка послуг та управління сервісом
Тема № 8. Управління ціноутворенням
Тема № 9. Управління маркетинговими каналами
Тема № 10. Розробка та управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями
Тема № 11. Мотивування і стимулювання персоналу маркетингового підрозділу організації.
Тема № 12. Контроль маркетингової діяльності організації.
Організація курсу: очно-дистанційна на основі LMS-системи Google Classroom, що забезпечує можливість поєднання аудиторних занять з використанням форм онлайн-навчання (доступ до навчальних ресурсів, дискусії, консультації і спілкування з викладачем, обговорення і виконання навчальних завдань тощо). Дистанційний поточний контроль виконання завдань у формі опитування і тестування у системі Google Classroom; аудиторний підсумковий контроль у формі письмового заліку

Мова викладання

Українська