



Навчальна дисципліна

## Обґрунтування маркетингових рішень

Minor «Маркетинг і цифрові технології»

Спеціальність: усі спеціальності університету

<b>Рівень вищої освіти</b>	<i>перший (бакалаврський)</i>
<b>Статус дисципліни</b>	<i>вибіркова (Minor, Дисципліна 4)</i>
<b>Обсяг дисципліни</b>	150 годин/ 5 кредитів ЄКТС
<b>Мова викладання</b>	<i>українська</i>
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Мета курсу «Обґрунтування маркетингових рішень» полягає в тому, щоб сформувати вміння та компетенції стосовно обґрунтування маркетингових рішень з різним ступенем невизначеності та ризику. Курс побудовано на засадах студентоцентрованого підходу (StudentCentered Approach), який розглядає здобувача вищої освіти як суб'єкта з власними унікальними інтересами, потребами й досвідом, що спроможний виступати самостійним і відповідальним учасником освітнього процесу
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Завдання курсу надати уявлення про систему методів та алгоритмів економічного обґрунтування маркетингових рішень на підприємстві; навчити здобувачів вищої освіти визначати комплекс ефективних засобів економічного обґрунтування маркетингових рішень на підприємстві; сформувати у здобувачів вищої освіти розуміння пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління ринковими суб'єктами; ознайомити з загальними закономірностями, принципами формування, функціонування та розвитку системи виробничих відносин, яка спрямовує управління сучасним виробництвом на задоволення потреб споживачів; навчити приймати управлінські рішення, здійснювати організацію, планування, реалізацію та контроль маркетингової діяльності на рівні підприємств; здійснювати самостійні дослідження та інтерпретації їх результатів у вирішенні конкретних маркетингових завдань в умовах невизначеності. Розробник дисципліни має досвід роботи з бізнес середовищем та підприємницькою діяльністю, досліджує торгівлю в цифровому просторі та міжнародні економічні відносини
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</b>	Студенти отримають уявлення про способи аналізу основних елементів клієнтського бізнесу і оцінювання рівня клієнтоорієнтованості компанії; оцінювання внутрішніх ресурсів компанії і виявлення ринкових можливостей, що забезпечують їй прибутковість і зростання; використання маркетингового інструментарію для підвищення результативності діяльності компанії
<b>Пререквізити</b>	Знання загальної економіки, макроекономіки, мікроекономіки
<b>Кореквізити</b>	Залежать від окремої освітньої програми здобувача освіти
<b>Організація навчання</b>	Види занять: лекції, практичні заняття. Форми здобуття освіти: денна, заочна. Форми контролю: модульний контроль, іспит
<b>Кафедра</b>	Менеджменту та бізнес-адміністрування
<b>Факультет</b>	Програмної інженерії та бізнесу

<b>Викладач</b>		<b>ПІБ</b>	<b>Либа Василь Олексійович</b>
		<b>Посада</b>	доцент
		<b>Вчене звання</b>	доцент
		<b>Науковий ступінь</b>	кандидат економічних наук
		<b>e-mail</b>	<a href="mailto:v.lyba@khai.edu">v.lyba@khai.edu</a>
		<b>Персональна сторінка</b>	<a href="https://scholar.google.com/citations?user=mvgBH44AAAAJ&amp;hl=uk">https://scholar.google.com/citations?user=mvgBH44AAAAJ&amp;hl=uk</a>
<b>Посилання на електронні матеріали курсу</b>	<a href="https://mentor.khai.edu/enrol/index.php?id=9568">https://mentor.khai.edu/enrol/index.php?id=9568</a>		
<b>Посилання на силабус</b>	<a href="https://khai.edu/files/uploads/vibirkovi/bakalavri/minor/s_b_usi_obgruntuvannya-marketingovikh-rishen_minor-marketing-s.pdf">https://khai.edu/files/uploads/vibirkovi/bakalavri/minor/s_b_usi_obgruntuvannya-marketingovikh-rishen_minor-marketing-s.pdf</a>		