Код та назва дисципліни	**2-D5-04 Сучасна парадигма маркетингу в умовах глобалізації / Modern marketing paradigm in the context of globalization**
Рекомендується для галузі знань**2** *(спеціальності, освітньої програми)*	
Кафедра *(зазначати офіційний шифр)*	маркетингу та логістики
П.І.П. НПП *(за можливості)*	Зінченко О.А. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екон.наук
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Курс, семестр *(в якому буде викладатись)* **3**	2 семестр
Мова викладання	Українська
Пререквізити **4** (передумови вивчення дисципліни)	-
Що буде вивчатися	Теоретичні та практичні аспекти маркетингу в умовах глобалізації; сутність холістичного маркетингу як сучасної маркетингової парадигми; інтегрований маркетинг; роль внутрішнього маркетингу, соціально-етичного маркетингу, маркетинг взаємовідносин у формуванні маркетингової системи підприємства; стратегії компанії в рамках сучасної парадигми маркетингу; тактику виходу на глобальні ринки на принципах холістичного маркетингу
Чому це цікаво/треба вивчати	Основні поняття, категорії, системи та алгоритми маркетингу в умовах глобалізації; особливості реалізації основних маркетингових політик – товарної, цінової, політики розподілу та комунікацій; теоретичні та практичні підходи до формування в організаціях і підприємствах України маркетингової системи, сформованої на основі сучасної парадигми маркетингу, у т.ч. з використанням світового і досвіду щодо розвитку таких його складових як маркетинг відносин, маркетингмікс, внутрішній маркетинг і соціально-етичний маркетинг.
Чого можна навчитися *(результати навчання)*	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями *(компетентності)*	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі глибокого розуміння сутності та змісту сучасної парадигми маркетингу в умовах глобалізації, вміти застосовувати критичне осмислення при розв'язанні науково-дослідних проблем, застосувати їх як у власних дослідженнях та і при вирішенні практичних ситуацій
Інформаційне забезпечення	Мультимедійне обладнання для презентації лекцій
Види навчальних занять *(лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)*	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік

Декан факультету економіки Тетяна ГРИНЬКО