

|                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Код та назва дисципліни                                                                                    | <b>2-D5-04 Сучасна парадигма маркетингу в умовах глобалізації / The modern marketing paradigm in the context of globalization</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)                                        | Галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки», 24 «Сфера обслуговування»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Кафедра (зазначати офіційний шифр)                                                                         | маркетингу та міжнародного менеджменту                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| П.І.П. НПП (за можливості)                                                                                 | Зінченко О.А. – професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, д-р.екоп.наук                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Рівень ВО                                                                                                  | Другий (магістерський)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Курс, семестр (в якому буде викладатись)                                                                   | 2 семестр                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Мова викладання                                                                                            | Українська                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)                                                              | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 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. |
| Перелік тем з дисципліни                                                                                   | Передумови формування сучасної парадигми маркетингу. Сутність холістичного маркетингу. Інтегрований маркетинг та новітні тренди. Роль внутрішнього маркетингу у формуванні маркетингової системи підприємства. Маркетинг взаємовідносин як сучасна концепція. Соціально-етичний та зелений маркетинг. Стратегія та тактика компанії в сучасній парадигмі 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                                                                                                                                                                                                                   |
| Очікувані 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.                                                                                                                             |
| Інформаційне забезпечення                                                                                  | Конспект лекцій, навчально-методичні та наукові джерела, Інтернет-ресурси.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)                          | Лекції, практичні заняття                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Вид семестрового контролю                                                                                  | диференційований залік                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Максимальна кількість здобувачів/ Мінімальна кількість здобувачів (тільки для мовних та творчих дисциплін) | Без обмежень                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

