

Анотація навчальної дисципліни

Назва поля	Опис
Назва дисципліни	Маркетингова діагностика
Статус	Вільного вибору (у блоці дисциплін)
Спеціальності	
Мова викладання	Українська
Семестр, в якому викладається	3 семестр навчання за ОКР «Магістр»
Кількість: -кредитів ЄКТС, -академічних годин	3 кредити 90 год: 12 год (лекції)+12 год (практичні)+66 год (сам.р.)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік, Курсова робота
Кафедра, що забезпечує викладання	Кафедра підприємництва та маркетингу
Викладач, що планується для викладання	к.е.н., доцент Малинка О.Я.
Попередні вимоги до вивчення дисципліни	Особливих вимог немає
Перелік компетентностей, яких набуде студент після опанування даної дисципліни	<p>Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.</p> <p>ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.</p> <p>СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності</p> <p>СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.</p> <p>СК 5. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.</p>
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії	<p>Можуть займати посади, серед яких:</p> <p>Секція М: Професійна, наукова та технічна діяльність розділ 73 – Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку, розділ 74.90 – Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у.)</p> <p>Посади пов'язані з підприємництвом:</p> <p>директор малого підприємства за видами економічної</p>

	<p>діяльності, з надання послуг (консалтингової, страхової, рекламної тощо); керівник агентства: страхового, нерухомості, рекламного тощо; керівник підприємства сфери послуг; директор малого підприємства у сфері охорони здоров'я, освіти, культури.</p> <p>Посади, що пов'язані з торгівлею: директор малої торговельної фірми; керівник магазину; комерсант; завідувач торговельного залу; менеджер у роздрібній та оптовій торгівлі; менеджер ресторану, кафе, бару, підприємств з приготування та доставки готових страв.</p>
Особливості навчання на курсі	Використання мультимедійних лекцій, відробки занять – опрацювання і здача індивідуальних завдань по пропущеній тематиці
Стислий опис дисципліни	<p>Терміном «маркетингова діагностика» характеризують дослідницьку діяльність, спрямовану на визначення, аналіз та оцінку проблем маркетингової діяльності підприємства та підвищення ефективності системи маркетингу. Діагностика в цьому контексті розглядається як перший етап процесу удосконалення управління маркетингом, внаслідок якого визначаються та формулюються завдання, що підлягають вирішенню.</p> <p>Мета вивчення дисципліни – набуття фахівцями компетенцій щодо сучасних методів та інструментарію діагностики маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни студент повинен демонструвати такі результати навчання через знання, уміння та навички:</p> <ul style="list-style-type: none"> - орієнтуватися в етапах процесу діагностики в маркетингу; - опанувати методичний інструментарій діагностики менеджера з маркетингу; - навчитися діагностувати ефективність маркетингової діяльності підприємства на локальному, системному і загальносистемному рівнях.
Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мін-макс)	1-30 на лекції, 1-15 на практичних заняттях