Навчальна програма

**МАРКЕТИНГ**

Другий (магістерський) рівень

**Дисципліни вільного вибору студента**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування навчальних дисциплін** | **Розподіл за семестрами** | **Кількість кредитів ECTS** |
| ***ІІ. Цикл професійної підготовки*** | | |
| Маркетинг у публічному управлінні | 2 | 6 |
| Медіапланування | 2 | 6 |
| Управління якістю | 1 | 6 |
| Інтернет-маркетинг | 1 | 6 |
| Управління проектами | 2 | 6 |
| Сучасні маркетингові стратегії | 2 | 6 |

**Коротка характеристика дисциплін**

1. **Маркетинг у публічному управлінні**

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач**

Володіти технологіями управління конфліктами у публічному адмініструванні та техніками боротьби зі стресовими ситуаціями. Використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології для забезпечення процесу публічного адміністрування. Володіти традиційними та сучасними методами та методологіями дослідження у державно-управлінській сфері. Здатність аналізувати та порівнювати процеси становлення й розвитку публічного адміністрування в Україні, обирати й застосовувати дієві моделі комунікацій у сфері публічного адміністрування з метою створення умов для соціально-економічного розвитку держави. Розуміти вимоги чинного законодавства України для розроблення та запровадження нормативних документів, що регламентують діяльність публічної адміністрації, вміти доносити їх до громадянського суспільства.

**Програмні результати навчання**: Уміти забезпечувати відкритість та прозорість діяльності органів публічного адміністрування шляхом налагодження їх взаємодії з суб’єктами громадянського суспільства, фізичними та юридичними особами, застосовуючи комунікативні та інформаційні технології. Уміння в умовах виробничої діяльності та визначеного терміну виконання, використовуючи типові управлінські технології, організовувати проведення нарад, зустрічей тощо за участю керівництва. Уміння застосовувати комунікативні технології шляхом організації переговорного процесу. Уміння з урахуванням методів і принципів побудови організаційної структури, виходячи з установчих документів, визначати інструменти психологічної взаємодії, розробляти заходи щодо створення соціально психологічних умов діяльності колективу, забезпечувати вирішення конфліктів в організації (підприємстві, установі). Аналізувати та вміти вирішувати проблеми, що виникають у сфері публічного

адміністрування на різних адміністративно-територіальних рівнях, висвітлювати діяльність органів публічного адміністрування, використовуючи різноманітні канали комунікацій.

1. **Медіапланування**

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:** Здатність створення медіа-продуктів та використання сучасних інформаційно-комунікативних технологій. Опанування знань щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування та управління. Оволодіння знаннями у галузях медіа-права та медіа-безпеки. Оволодіння методами виявлення джерел інформації, їх аналіз, забезпечення надійності та достовірності інформації. Оволодіння засобами вербального спілкування: публічні виступи, полеміка, дискусії, консультації тощо.

**Програмні результати навчання:** Уміння визначати мету та завданнямедійних проектів/кампаній та критеріїв ефективності їх реалізації. Розробляти комунікаційну стратегію та комунікаційну політику підприємств/установ. Уміння визначати ефективність комунікаційних технологій, моделей, каналів. Володіти методами просування товарів та послуг. Здійснювати медіапланування та створювати медійний продукт (для радіо, телебачення, друкарських видань та інтернет ресурсів) та управління ними у ЗМІ. Організовувати та проводити спеціалізовані заходи: прес-конференції, презентації, івенти тощо. Володіти засобами вербального спілкування: публічні виступи, полеміка, дискусії, консультації тощо.

1. **Управління якістю**

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:** Здатність розробляти політику якості підприємства та розраховувати витрати на забезпечення якості. Розробляти керівництво з якості. Інтегрувати стратегію управління якістю в загальну систему стратегічного управління. Здійснювати економічні розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, спрямованих на підвищення якості та продуктивності. Здатність застосовувати статистичні методи управління якістю в операційній діяльності у процесі забезпечення якості виконання технологічних операцій. Розробляти документацію системи управління якості продукції відповідно до вимог стандартів ІSО 9000 при побудові системи та підготовці підприємства до сертифікації.

**Програмні результати навчання:** Уміння розробляти політику підприємства в галузі управління якістю. Уміння розробляти структуру і основні положення “Керівництва з якості”. Вибирати необхідні стандарти ISO серії 9000 залежно від специфіки підприємства. Уміння розробляти основні елементи систем управління якістю за моделями стандартів ISO 9001, ISO 9002, ISO 9003. Уміння розробляти основні елементи системи якості згідно з концепцією TQM, виконати оцінювання побудованої системи за критеріями європейської премії за якість. Вибирати оптимальну форму збору, аналізу і обробки економічних даних про діяльність у галузі якості і функціонування системи якості. Розробляти механізм управління економікою якості.

1. **Інтернет-маркетинг**

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:** Здатність застосування Інтернет-сервісів для проведення маркетингових досліджень. Володіння інструментами роботи з покупцями в Інтернет-середовищі. Визначення основних моделей та напрямів електронного бізнесу та електронної комерції Інтернет-установ. Використання засобів розробки Інтернет-реклами та Інтернет-логотипів. Прийняття рішень щодо вибору засобів стимулювання збуту в Інтернет-середовищі. Здатність організації зв’язків з громадськістю в Інтернет-середовищі.

**Програмні результати навчання:** Уміння оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу та Інтернет-реклами. Уміння здійснювати різні види маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі. Уміння формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в Інтернет-середовищі. Організовувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в Інтернет-середовищі. Володіти методами, засобами та інструментами розробки Інтернет-реклами. Обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту інформаційної установи. Уміння застосовувати різні методи організації зв’язків із громадськістю в Інтернет-середовищі. Приймати рішення щодо поліпшення маркетингової та рекламної діяльності установи на інформаційному ринку Інтернет-середовища.

1. **Управління проектами**

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:** Здатність організовувати працю та раціонально розподілити роботи між виконавцями. Сформувати проектну команду та ефективно управляти нею на всіх етапах життєвого циклу, щоб забезпечити успішне виконання ІТ-проекту. Можливість управляти змінами (предметною областю) при здійсненні проекту. Здатність ефективно управляти ризиком в проектах і різних типів та видів. Здатність розробляти управлінські рішення у відповідь на зміни ситуації у ході робіт по проекту. Здатність аналізувати фінансову звітність і приймати обгрунтовані інвестиційні, кредитні та фінансові рішення. Здатність проводити аналіз ринкових та специфічних ризиків, використовувати його результати для прийняття управлінських

рішень. Здатність проводити оцінку інвестиційних проектів за різних умов інвестування та фінансування.

**Програмні результати навчання:** Уміння ефективно управляти часовими характеристиками проектів інформатизації. Уміння визначати вартість проектів інформатизації різних типів і видів, ефективно управляти вартістю проекту на всіх етапах життєвого циклу. Управляти якістю проектів відповідно до вимог стандартів ISO 9000. Уміння застосовувати кількісні та якісні методи аналізу при прийнятті управлінських рішень і будувати економічні, фінансові та організаційно-управлінські моделі. Володіння засобами програмного забезпечення аналізу та кількісного

моделювання систем управління. Володіння методами та програмними засобами обробки ділової інформації, здатний взаємодіяти зі службами інформаційних технологій та ефективно використовувати корпоративні інформаційні системи.

1. **Сучасні маркетингові стратегії**

**Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:** Здатність проводити маркетинговий стратегічний аналіз та формувати стратегічний план маркетингу підприємства. Здатність планувати і реалізовувати процес стратегічного маркетингу підприємства; Здатність формулювати ефективну місію підприємства. Здатність встановлювати адекватні маркетингові стратегічні цілі підприємства. розробляти адекватні різновиди маркетингових стратегій підприємства; надавати маркетингову оцінку стратегічній діяльності підприємства.

**Програмні результати навчання:** Уміння підходи до розробки стратегічного плану маркетингу підприємства. Уміння проводити маркетинговий аналіз навколишнього середовища і внутрішніх можливостей підприємства. Уміння оцінювати ринкову ситуацію і стійкі конкурентні переваги підприємства. Визначати цілі підприємств і розробляти стратегічний план по їх досягненню. Знати основні підходи до суті концепції стратегічного маркетингу, його співвідношення з оперативними діями підприємства. Знати особливості розробки маркетингових стратегій в оптовій і роздрібній торгівлі.