

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

Другий (магістерський) рівень

Дисципліни вільного вибору студента

Найменування навчальних дисциплін	Розподіл за семестрами	Кількість кредитів ECTS
<i>II. Цикл професійної підготовки</i>		
Маркетинг у публічному управлінні	2	6
Медіапланування	2	6
Управління міжнародною конкурентоспроможністю регіону	1	6
Управління лояльністю споживачів	1	6
Логістичний менеджмент	2	6
Спічрайтинг	2	6
Крос-культурний менеджмент (англійська мова)	3	6
Рекламний креатив	3	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.

2. 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 завдання медійних проєктів/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.

3. Управління міжнародною конкурентноспроможністю регіону

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач: Формування розуміння студентами факторів та механізмів досягнення високих конкурентних позицій на світовому ринку.

Програмні результати навчання: Здатність аналізувати кон'юнктури міжнародних ринків, її моніторинг та прогнозування; аналіз факторів та показників конкурентноспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу; Здатність аналізувати тенденції глобалізації економічного розвитку; Здатність до виявлення та оцінка проблем розвитку міжнародного бізнесу; Здатність до стратегічного аналізу умов розвитку міжнародної економічної діяльності;

формування стратегії міжнародної економічної діяльності регіону; здатність до розроблення стратегічних заходів для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей, міжгалузевих комплексів; здатність до генерування інноваційних стратегічних рішень у міжнародно-економічній сфері; здатність до організації процесів управління міжнародною економічною діяльністю регіонів, галузей, міжгалузевих комплексів; здатність до організації міжнародного науково-технічного співробітництва; організація системи забезпечення міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів міжнародного бізнесу.

4. Управління лояльністю споживачів

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач: Знати основні види лояльності споживачів та висвітлення сутності та відмінних характеристик кожної з них. Обґрунтовувати значення лояльності клієнтів для тривалого та успішного функціонування компанії на ринку, необхідності визначення рівня споживчої лояльності, відстеження тенденцій у настроях споживачів та подальшого управління виявленою лояльністю, формуванням неіснуючої лояльності.

Програмні результати навчання: Уміти визначити сутність лояльності, її види та типи, виявляти переваги, які отримує компанія, підвищуючи лояльність своїх клієнтів; досліджувати чинники, що впливають на споживчу лояльність та принципи ефективного управління лояльністю клієнтів; застосовувати наявні методики, що оцінюють споживчу лояльність; проаналізувати методи, що найпоширеніші у використанні відомими компаніями; аналізувати дані про компаній лідерів зі споживчої прихильності та категорії, що найбільш цікавлять споживачів; застосовувати програми лояльності, як інструмент підвищення лояльності клієнтів; визначати проблеми, пов'язані з визначенням та управлінням споживчою лояльністю.

5. Логістичний менеджмент

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач: Розуміти цілі та завдання, що вирішуються в процесі логістичного менеджменту, а також значення та роль логістики в економіці; основні принципи логістичної концепції; основні тенденції розвитку логістики; методи планування та прогнозування в логістиці; особливості організації транспортного та складського господарств на сучасних підприємствах; основи інформаційної логістики; особливості побудови логістичних інформаційних систем

Програмні результати навчання: Уміння виконувати прогнозні розрахунки потреби підприємства в основних видах ресурсів; виконувати необхідні розрахунки за допомогою основних показників роботи транспортного господарства підприємства; проводити розрахунки складських приміщень; оптимізувати значення запасів; організовувати роботу логістичних підрозділів підприємства; використовувати набуті знання в практичній економічній та управлінській діяльності.

6. Спічрайтинг

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач: Розуміти сутність системи зв'язків організації (фірми) з цільовою аудиторією та її елементами, закономірності та випадковості їх виникнення, функціонування та розвитку, принципи і методи діяльності з формування та управління громадською думкою в інтересах організації та громадськості. Метою вивчення дисципліни є: освоєння необхідних жанрових моделей спічрайтингу та копірайтингу в документно-інформаційних комунікаціях; формування практичних навичок створення спічрайтерського та копірайтерського текстів.

Програмні результати навчання: У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути такі результати навчання: 1. Знання: законів логічної побудови текстів усного та писемного мовлення; принципів та прийомів аргументації; основних прийомів та технології у конкретних напрямках та специфічних видах спічрайтингу та копірайтингу; видів рекламних та PR-текстів, класифікації жанрів рекламних звернень, критерії вибору рекламних жанрів; типів аргументів у рекламі, прийоми посилення аргументації; типових засобів, що стимулюють читабельність та запам'ятовуваність текстів. 2. Уміння: логічно правильної, аргументованої побудови усного і писемного мовлення; створювати тексти та документи, що використовуються в документно-інформаційних комунікаціях; літературного редагування, копірайтингу; визначати мету, призначення та функції написання тексту, рекламну концепцію повідомлення; розробляти стратегію рекламного тексту, його креативну ідею; застосовувати типові алгоритми створення неймів, слоганів, рекламних заголовків, основного рекламного тексту; застосовувати прийоми вербального впливу в рекламі; створювати рекламні та PR-тексти різних жанрів; добирати засоби візуалізації рекламних звернень, розробляти дизайн рекламних і PR-матеріалів; створювати комерційні, агітаційні, презентаційні тексти для публікації та публічного виступу. 3. Комунікація: демонструвати навички професійного спілкування, здатність до адаптивності та комунікабельності, побудови спілкування з суб'єктами комунікативного процесу на принципах гуманізації й довіри; презентувати, обговорювати та захищати власні ідеї, погляди і висновки в усній і письмовій формах та за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. 4. Автономність та відповідальність: усвідомлювати соціальну значущість майбутньої професії, необхідність подальшого навчання, систематично підвищувати свою професійну кваліфікацію; демонструвати самостійність і відповідальність при прийнятті рішень на основі сформованих ціннісних орієнтирів.

7. Крос-культурний менеджмент (англійська мова)

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач: Здатність визначення причин міжкультурних конфліктів, їх запобігання або нейтралізації. Управління культурним розмаїттям - відмінностями в ділових культурах і в їх системах цінностей. Розробка методів управління бізнесом на стику взаємодії культур, а також колективами працівників різних культур. Здатність

формування і розвитку міжкультурних компетенцій фахівців з метою підвищення ефективності організації в умовах глобалізації економіки.

Програмні результати навчання: Управління організаціями за рахунок використання національно-культурних особливостей країн.

Уміння ідентифікувати культурні особливості країн як чинники впливу на функціонування організацій. Знати виміри культури, що впливають на ефективність управління. Діагностувати виміри культури організації. Застосовувати виміри культури при організації управління. Опиратись на виміри культури при проведенні змін в організації.

8. Рекламний креатив

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач: Здатність формування стратегій реклами та методи розробки рекламної ідеї. Володіти правилами, принципами, схемами побудови рекламних звернень і створення рекламних кампаній. Здатність системно сприймати маркетинговий, рекламний і творчий процеси. Можливість розробки рекламних ідей та їх втілення у практичну діяльність.

Програмні результати навчання: Уміння визначати потребу в рекламуванні товару, послуги чи ідеї. Розробляти креативні брифи та ідеї створення рекламних звернень залежно від завдань маркетингу, комунікативного обміну, соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії. Діагностувати існуючі стереотипи як у свідомості цільових аудиторій, так і у рекламі певних товарних категорій і м'яко відходити від них під час розробки ідеї. Уміння контролювати креативні процеси у рекламі на підприємстві. Використовувати сучасні комунікативні технології у створенні рекламних звернень. Здійснювати дизайн реклами для різних носіїв на основі сучасних законів дизайну та ефективного використання його інструментарію. Уміння вибирати жанри та форми реклами, а також засоби масової інформації для її розміщення залежно від маркетингових завдань. Оцінювати ефективність комунікативного впливу рекламних повідомлень.