

Назва навчальної дисципліни українською, англійською, кількість кредитів	Маркетинг / Marketing / 4 кредити
Нормативна варіативна	За вибором
Спеціальність	126 «Інформаційні системи і технології»
Освітня програма	Інформаційні системи і технології
Ступінь вищої освіти	Магістр
Мова викладання	Українська
Прізвище викладача, посада	Гірняк Олег Михайлович, доцент кафедри підприємництва та маркетингу
Профайл викладача, електронна пошта (телефон за бажанням)	http://pm.uad.lviv.ua/workers/19
Рік навчання, семестр	1 рік, 1-й семестр
Види занять і години (лекції, практичні заняття, семінари, інше)	Лекції – 36 год., практичні – 18 год., самостійна робота – 66 год.
Формат консультацій	Аудиторні, онлайн
Анотація дисципліни	Основою стратегії функціонування підприємства видавничо-поліграфічної галузі в ринкових умовах є маркетинг. Завдяки маркетингу, маркетинговим дослідженням підприємство вивчає кон'юнктуру ринку, проводить його сегментування і відповідно планує випуск продукції, визначає її життєвий цикл, проводить відповідну цінову і комунікаційну політику. Завдяки маркетингу підприємство здобуває унікальність, самодостатність, конкурентоспроможність. Воно завжди налаштоване на пошук можливостей, взаємовигідне співробітництво, вибір товарних, цінових і комунікаційних стратегій, що дає можливість максимально реалізувати його ринковий потенціал і забезпечує досягнення поставлених цілей.
Мета і короткі завдання	Основною метою викладання дисципліни є формування системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософії підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції. Завданням дисципліни є вивчення основних понять, систем і алгоритмів маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань; формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.
Результати (програмні), що отримає студент після опанування дисципліни	ПР 9.Здатність демонструвати знання з існуючих методологій та інструментальних засобів щодо моделювання, аналізу та оптимізації бізнес-процесів та здатність до їх обґрунтованого використання ПР 12. Здатність ефективно працювати в групі, в тому числі і на лідерських позиціях з метою вирішення різноманітних дослідницьких та практичних завдань

Зміст програми (основні теми)	<ul style="list-style-type: none"> • Сутність маркетингу та його сучасна концепція • Система і характеристики сучасного маркетингу. • Маркетингові дослідження. • Маркетингове планування. • Маркетингова товарна політика. • Маркетингова цінова політика. • Маркетингова політика розподілу. • Маркетингова політика комунікацій. • Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства.
Система оцінювання знань студента	Поточний контроль, модульний контроль. Залік
Література предмету (до 5 позицій)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою: навч. пос. / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К.: ЦУЛ, 2016. – 240 с. 2. Гаркавенко С. С. Маркетинг [Текст]. Підпучн. / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2004. – 712 с. 3. Мороз Л. А. Маркетинг: підруч./Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай. – Львів: Інтелект-Захід, 2002. 4. Маркетинг: навч. пос. / О. М. Барзилович, О. М.Андросюк, Я В. Котляревський, А. М. Штангрет. – Львів: УАД, 2013. – 346 с. 5. Палига Є. М. Основи сучасного маркетингу: навч. пос. / Є. М. Палига. – Львів: УАД, 2007. – 236 с.
Технічне та програмне забезпечення	Проектор, проекційний екран, доступ до мережі Інтернет.