



Навчальний план 2021 року

(магістр):

МАРКЕТИНГ

Назва дисципліни	Кредити
1 курс	
Обов'язкові освітні компоненти	
Бренд-менеджмент	5
HR-маркетинг	5
Дизайнерське мислення: стратегія та творчий процес	5
Маркетингове забезпечення інноваційного продукту	5
Маркетинговий консалтинг	5
Маркетинговий менеджмент	5
Медіа-планування	5
Стратегічне управління ринком	5
Практична підготовка	5
Разом	45
Вибіркові освітні компоненти	
Цикл професійної підготовки	
Дисципліна професійного вибору 1**	5
Дисципліна професійного вибору 2**	5
Дисципліна професійного вибору 3**	5
Разом	15
Всього за 1 курс	60
2 курс	
Обов'язкові освітні компоненти	
Методологія та організація наукових досліджень	5
Курсова робота зі спеціальності	3
Прийняття маркетингових рішень	5
Разом	13
Вибіркові освітні компоненти	
Цикл загальної підготовки	
Вибіркова дисципліна 1*	5
Вибіркова дисципліна 2*	5
Разом	10
Атестація	

Кваліфікаційна робота	6
Захист кваліфікаційної роботи	1
Всього за 2 курс	30

*** - Вибіркові освітні компоненти, циклу загальної підготовки:**

<http://el.puet.edu.ua/vybirkovyi-dystsypliny/>

**** - Вибіркові освітні компоненти, що формують професійні компетентності:**

Дисципліна	Анотація
Паблік-рілейшнз у бізнесі	Метою дисципліни є пізнання сутності системи зв'язків з громадськістю, її елементів та необхідності їх використання в сучасних умовах ринкових відносин, формування знань і навичок використання найефективніших форм і методів організації та здійснення зв'язків підприємства з цільовою аудиторією з грамотним використанням систем масової комунікації та засобів масової інформації.
Рекламний бізнес	Метою дисципліни є формування особливих навичок, пов'язаних із розробкою ідеї створення рекламних повідомлень залежно від завдань маркетингу, комунікативного обміну, соціально-психологічних характеристик цільової аудиторії; використанням сучасних комунікативних технологій у створенні рекламних повідомлень; розробці рекламних текстів для повідомлень на різних носіях з урахуванням психотехнологій; здійсненні дизайну реклами для різних носіїв.
Управління продажами	Метою дисципліни є формування сучасної системи поглядів і спеціальних знань у галузі управління продажами, набуття практичних навичок щодо управління продажами на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємств; закономірності розвитку управління продажами в ринкових умовах, системи управління продажами підприємства; засвоєння теоретичних та організаційних основ управління продажами, розуміння сутності системи продажу та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, розуміння системи методів маркетингу в управління продажами.
Міжнародний сервісний маркетинг	Метою дисципліни є вивчення теоретичних положень та практичного використання міжнародного сервісного маркетингу, особливостей і умов його застосування в економіці України; ознайомлення з основами теорії і практики маркетингової діяльності закордонних та вітчизняних закладів готельного і ресторанного бізнесу, сучасними підходами у формуванні продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політик закладів готельного і ресторанного бізнесу, відпрацювання навичок вирішення практичних маркетингових завдань, які пов'язані з аналізом міжнародного маркетингового середовища, сегментацією світового ринку, вибором ринку та стратегіями виходу на зовнішній ринок.

