



Навчальний план 2021 року

(молодший бакалавр):

МАРКЕТИНГ

Назва дисципліни	Кредити
1 курс	
Обов'язкові освітні компоненти	
Ділова українська мова	3
Іноземна мова	5
Фізичне виховання	2
Економіка бізнесу	5
Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу	5
Інфраструктура товарного ринку	4
Копірайтинг	5
Маркетинг партнерських відносин	5
Основи маркетингу	7
Тренінг: Вступ до фаху	4
Університетська освіта	1
Практична підготовка	14
Всього за 1 курс	60
2 курс	
Обов'язкові освітні компоненти	
Маркетинг підприємства	6
Маркетинг послуг	5
Маркетингові дослідження	5
Міжнародний маркетинг	5
Поведінка споживачів	5
Практична підготовка	3
Разом	29
Вибіркові освітні компоненти	
- загальних компетентностей	20
Вибіркова дисципліна *	5
Вибіркова дисципліна *	5
Вибіркова дисципліна *	5
Вибіркова дисципліна *	5
- професійних компетентностей **	10

Дисципліна професійного вибору **	5
Дисципліна професійного вибору **	5
Разом	30
Підсумкова атестація	1
Всього за 2 курс	60

* - Вибіркові освітні компоненти, що формують загальні компетентності:

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

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

Дисципліна	Анотація
Соціально-етичний маркетинг	Метою дисципліни є формування здатностей до ведення соціально-відповідальної маркетингової політики фірми, що орієнтована на збереження та розвиток суспільних цінностей
Контент-маркетинг.	Метою дисципліни є формування навичок розробки інформаційного наповнення веб-сайтів, персональних сторінок та рекламних повідомлень фірм у мережі Інтернет.
Нейромаркетинг	Мета навчальної дисципліни полягає у дослідженні впливу людини на пропозицію виробників, вивчення нейрофізіології, пізнавальної психології, аналізу бізнес-процесів задля підвищення ефективності контактів із споживачами та залучення їх до процесів формування брендів і торгівельних марок.
Інформаційні війни в маркетингу	Метою дисципліни є забезпечення студентів знаннями з методики підготовки та проведення інформаційної війни із застосуванням маркетингових технологій при впливі на споживачів.

