

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 1 «ІІІ в маркетинговій діяльності»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності / освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год., з них: лекц. – 10 год., практ. – 20 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Милько Інна Петрівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, початкові навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
Що буде вивчатися	Сутність і значення ІІІ. Інструменти ІІІ у маркетинговій діяльності. ІІІ та віртуальна реальність у маркетингу. Успішна практика впровадження ІІІ у маркетинговій діяльності. Етика та соціальні аспекти використання ІІІ у маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення освітнього компоненту сприятиме формуванню у здобувачів практичних навиків використання інструментів та методів штучного інтелекту для покращення стратегій маркетингу та підвищення ефективності маркетингових кампаній.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань,

	бути критичним і самокритичним.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Фахові компетентності: ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.