

ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Інтегральні компетентності (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог..
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>Визначені закладом освіти:</p> <p>ЗК 9. Здатність спілкуватися іноземною мовою, працювати в міжнародному контексті, використовувати інформаційні та комунікаційні технології в сфері маркетингу та рекламного бізнесу.</p> <p>ЗК10. Здатність проявляти лідерські навички, планувати та управляти часом, стресостійкість.</p> <p>ЗК11. Набуття навичок цілісного, інноваційного, гнучкого мислення</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу</p>
Додаткові фахові компетентності, пов'язані з	СК 10 Здатність застосовувати економіко-теоретичні знання для обґрунтування комплексу маркетингових рішень щодо впровадження інноваційних імператив задля ефективного

особливостями
освітньої програми

функціонування і розвитку підприємства як цілісної системи.

СК 11. Здатність визначати необхідність в створенні та використанні маркетингового потенціалу організації в цілому та за його складовими, вибудувати стратегію управління ним.

СК 12. Здатність розробляти контент, візуалізувати та оформляти рекламну пропозицію з урахуванням очікуваних потреб клієнтів та її просування для підвищення іміджу підприємства в інформаційно- комунікаційних умовах

СК 13 Здатність застосовувати інструменти маркетингу, з використанням міжнародного досвіду, за для удосконалення маркетингової збутової, рекламної політики в умовах розвитку цифрової трансформації бізнес-середовища.