# Маркетинг інклюзивного досвіду

**Метою курсу є с**формувати компетентності у сфері інклюзивного маркетингу, спрямованого на створення доступного, етичного та чутливого до різноманіття клієнтського досвіду. Ознайомити з сучасними підходами до просування послуг, орієнтованих на інклюзивність, універсальний дизайн і соціальну відповідальність бізнесу в умовах сервісної економіки.

**Змістовні модулі:**
Змістовий модуль 1. Інклюзивність як цінність у маркетингу послуг
Змістовий модуль 2. Інструменти маркетингу інклюзивного досвіду
Змістовий модуль 3. Стратегії просування інклюзивних практик



**Горюнова Катерина Анатоліївна**
PhD з менеджменту, доцент кафедри маркетингу та туризму

**Результати навчання:**
-Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;
- вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;
-володіти навичками цілісного підходу до аналізу проблем, приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні ситуації;
-застосовувати методи аналізу маркетингового середовища та приймати ефективні маркетингові рішення; знаходити нові ринкові можливості та розробляти заходи щодо запобігання ринковим загрозам, в тому числі і на міжнародному рівні.

Семестр: 2 Форма контролю: залік
Кількість годин\кредитів: 180\6

Кафедра маркетингу та туризму