

## Опис освітнього компонента вільного вибору

| Освітній компонент                                | Вибірковий освітній компонент 10<br>«Трейд-маркетинг»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Рівень ВО                                         | Перший (бакалаврський) рівень                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Назва спеціальності/освітньо-професійної програми | 075 Маркетинг / Маркетинг                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Форма навчання                                    | Денна                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Курс, семестр, протяжність                        | 4 курс, 7 семестр, 5 кредитів ЄКТС                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Семестровий контроль                              | Залік                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Обсяг годин (всього: 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,<br>доцент кафедри маркетингу<br><b>Данилюк Тетяна Іллівна</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Короткий опис</b>                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Вимоги до початку вивчення                        | Знання основ економічної теорії, маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.                                                                                                                                                                                                                                  |
| Що буде вивчатися                                 | Трейд-маркетинг – це різновид маркетингу, який спрямований на збільшення продажів за рахунок взаємодії з усіма учасниками торгового процесу. Тобто буквально це саме та сфера, в якій задіяні всі: від виробника до кінцевого споживача. Крім цього, торговий маркетинг вирішує і низку інших важливих для бізнесу завдань. Це: Створення іміджу. Привертання уваги. Контроль реалізації товару. Уплив на рішення покупця. |
| Чому це цікаво/треба вивчати                      | Торгівля і маркетинг з часом настільки міцно переплелися, що мало хто може уявити одне поняття без іншого. І це не випадково, адже тільки разом вони здатні по-справжньому успішно розвиватися. Зі свого боку завдяки цьому з'явився цілий напрям – трейд-маркетинг, яке стає все популярнішим у всьому світі.                                                                                                             |
| Чому можна навчитися (результати навчання)        | ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.<br>ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | <p>ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності) | <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> |