

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 2 «Бухгалтерський облік»
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 обліку і оподаткування
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування Скорук Олена Володимирівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Освітній компонент є логічним продовженням таких освітніх компонент як «Вступ до фаху», «Інформаційно-комунікаційні технології», «Економіка підприємства».
Що буде вивчатися	Основи бухгалтерського обліку та його організація; облік активів, зобов'язань, доходів, витрат та фінансових результатів; облік капіталу та фінансових інструментів; структура, зміст та порядок складання фінансової звітності.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення освітнього компонента «Бухгалтерський облік» допоможе набути системних теоретичних знань, умінь і практичних навичок з концептуальних основ, методів, принципів та інструментарію бухгалтерського обліку, які використовуватимуться при вирішенні основних питань маркетингу на різних рівнях управління.
Чому можна навчитися (результати навчання)	В цілому у результаті вивчення освітнього компонента можна отримати такі програмні результати згідно з галузевим стандартом: ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

	ПНР 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях Фахові компетентності: ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.