

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 3 «Промисловий маркетинг»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 4 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 Лялюк Алла Миколаївна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики
Що буде вивчатися	Зміст і завдання маркетингу на промисловому ринку. Конкуренція на промислових ринках Кон'юнктура ринку промислової продукції Формування стратегії промислового маркетингу. Планування маркетингової діяльності на підприємстві. Товарна і цінова політика та управління асортиментом продукції на промислових підприємствах Управління збутом і маркетинговими комунікаціями на промисловому підприємстві
Чому це цікаво/треба вивчати	Промисловий маркетинг розглядається як теорія і практика прийняття управлінських рішень щодо ринково-продуктової стратегії організації, що функціонує на промисловому ринку, з метою задоволення соціально-економічних інтересів постачальників і покупців
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРНЗ. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

	ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. 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. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.