

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 9 «Комерційна діяльність посередницьких підприємств»
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 (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, декан факультету економіки та управління Данилюк Тетяна Іллівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу
Що буде вивчатися	Ринок і торгівельно-посередницька діяльність. Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу, закупівель і транспортування. Інформатизація комерційно-посередницької діяльності. Ціноутворення у комерційній діяльності посередницьких підприємств. Оцінювання ефективності комерційної діяльності посередницьких підприємств та обслуговування споживачів.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення освітнього компоненту сприятиме оволодінню теоретичними знаннями та практичними навиками в сфері сучасного товарного обігу; формуванню актуальних поглядів на управління торгівельно-посередницькою діяльністю для переходу до сучасних технологій, стратегій, тактики закупівлі та продажу товарів; використанню та застосуванню сучасних форм, методів здійснення комерційних операцій для ефективного ведення торгівельно-посередницької діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

	ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	Загальні компетентності: ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. 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. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.