

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 13 «Інфраструктура товарного ринку»
Рівень ВО	бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, один семестр
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	4 кредити 120 год. (32 год. лекції/28 год. практ.)
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Данилюк Т.І.
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку, основ маркетингу, менеджменту, комерційної діяльності, маркетингової товарної, цінової та збутової політики.
Що буде вивчатися	Курс спрямований на вивчення принципів роботи маркетингових посередників, процесів підготовки і укладання ринкових угод, а також формування знань та навичок щодо визначення оптимальної поведінки підприємства на конкретних товарних ринках.
Чому це цікаво/треба вивчати	Інфраструктура товарного ринку – це сукупність підприємств, організацій різних організаційно-правових форм, які створюють організаційно-економічні умови для прискорення руху товарів і коштів, зростання інвестиційних можливостей підприємств та забезпечують обслуговування і регулювання безперервного та ефективного функціонування й розвитку ринкової економіки.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб’єкта та їх взаємозв’язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. 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 і уміннями (компетентності)	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов’язків. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). Здатність працювати в міжнародному контексті.
Інформаційне забезпечення	
Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на веб-сайті факультету (інституту)	

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)