

Опис навчальної дисципліни вільного вибору

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 11 «Промисловий маркетинг»
Рівень ВО	перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	4 (8 семестр), 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 30 год, практ. – 24 год
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і маркетингу Лялюк Алла Миколаївна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.
Що буде вивчатися	Сутність, концепцію промислового маркетингу; особливості товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики промислового підприємства; планування та контроль маркетингової діяльності на підприємстві; проведення комплексного аналізу ринку з метою виявлення та формування попиту на промислові товари.
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)	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. Визначати функціональні області маркетингової

	діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції 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. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
Інформаційне забезпечення та/або web-покликання	Лялюк А. М. Маркетинг: навч. посіб. / А. М. Лялюк. – Вид. 2-ге, доповн. та змін. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 300 с.
Здійснити вибір	<u>«ПС-Журнал успішності-Web»</u>