

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 3 «Інфраструктура товарного ринку»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 5 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 26 год, практ. – 28 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра економіки і торгівлі
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і торгівлі Данилюк Тетяна Іллівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ макроекономіки, мікроекономіки, менеджменту та маркетингу
Що буде вивчатися	Дисципліна «Інфраструктура товарного ринку» має на меті допомогти майбутнім фахівцям засвоїти теоретичні основи визначення сукупності взаємопов'язаних та взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективної організації та обслуговування товарного ринку, методів дослідження та управління товарообігом. У результаті вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студенти отримають знання щодо вивчення спектру державних і приватних установ та організацій для ефективного функціонування та обслуговування товарного ринку.
Чому це цікаво/треба вивчати	Ефективне функціонування сучасного ринку безпосередньо залежить від постійно відтворюваного ринкового середовища, важливим елементом якого є інфраструктура. У сучасній економічній теорії під інфраструктурою розуміють сукупність галузей і підприємств, зайнятих обслуговуванням суспільного виробництва. 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)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. 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. ПРН10. 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 вміннями (компетентності)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.