

Опис освітнього компонента вільного вибору

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 3 «Проектування міжнародних логістичних систем»
Рівень ВО	Другий (магістерський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг/Маркетинг і міжнародна логістика
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 3 семестр, 4 кредити ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	120 год, з них: лекц – 10 год, практ. – 14 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і торгівлі Данилюк Тетяна Іллівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу
Що буде вивчатися	В освітньому компоненті «Проектування міжнародних логістичних систем» будуть вивчатися питання технології розробки логістичних систем на макро- та мікрорівнях, а також формування практичних навичок проектування логістичних систем на рівні автотранспортного підприємства.
Чому це цікаво/треба вивчати	Логістичну систему розглядають як процес планування та координації всіх аспектів фізичного руху матеріалів, компонентів і готової продукції для мінімізації загальних витрат і забезпечення бажаного рівня обслуговування, що дозволить здійснювати функціональні процеси, операції і відповідні процедури, що підлягають прогнозуванню, аналізу та управлінню у часі і просторі та реалізуються у логістичній системі.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

	P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.