

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «Товарознавство»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 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 маркетингу
Автор дисципліни	Кандидат економічних наук, доцент кафедри 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 та маркетингу послуг.
Що буде вивчатися	Теоретичні положення про товар як споживчу вартість, наукові принципи і правила класифікації товарів, вимоги до якості товарів, що закладаються в нормативно-технічні документи на продукцію; рекомендації щодо нагляду за товарами в процесі збереження і транспортування.
Чому це цікаво/треба вивчати	Товарознавство – освітній компонент, що формує універсального маркетолога, який самостійно приймає рішення, оцінює якість товарів, дає пропозиції щодо покращення споживчих властивостей товарів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. 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 і уміннями (компетентності)	ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК12.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
---	--