

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 7 «Комерційна діяльність посередницьких підприємств»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	4 курс, 7 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 економіки і торгівлі Данилюк Тетяна Іллівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики, маркетингової цінової політики, маркетингу послуг та маркетингової політики розподілу і збуту.
Що буде вивчатися	Сутність та основні поняття комерційної діяльності посередницьких підприємств; сутність та технології оптової та роздрібної торгівлі; види договорів, які укладаються в посередницькій діяльності; критерії вибору постачальників; основи товарообігу в комерційній діяльності; законодавче підґрунтя комерційної діяльності.
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур з виробниками і споживачами товарів і послуг; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності торгових посередників.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань у сфері маркетингу. 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. ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. 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. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.