

Дисципліна	Вибіркова дисципліна 10 «Економіка та організація торгівлі»
Рівень ВО	бакалавр
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 «Маркетинг»/Маркетинг
Форма навчання	денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 6 семестр, один семестр
Семестровий контроль	залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	5 кредитів 150 год. (36 год. лекції/34 год. практ.)
Мова викладання	українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Підприємництва і маркетингу
Автор дисципліни	Лялюк А.М.
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, економічних законів розвитку бізнесу, основ маркетингу, менеджменту, маркетингової товарної політики.
Що буде вивчатися	Формування системи теоретичних знань, прикладних вмінь та навичок щодо формування у студентів наукового світогляду і глибоких знань з теоретичних аспектів функціонування торгівлі, набуття вмінь і навичок організації і технології торгівлі.
Чому це цікаво/треба вивчати	В ринковій економіці торгівля є найбільш розповсюдженою сферою підприємницької діяльності та сферою застосування праці. Призначення торгівлі полягає в тому, що вона забезпечує доведення споживчих товарів і послуг від виробника до споживача посередництвом купівлі продажу. Об'єктом навчальної дисципліни «Економіка та організація торгівлі» є процес організації торгівлі в умовах ринкової економіки. Предметом навчальної дисципліни «Економіка та організація торгівлі» є теоретичні, методичні та практичні аспекти економіки та організації торгівлі.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання

	предметної області маркетингу.
Інформаційне забезпечення	Лялюк А. М. Товарознавство: методичні вказівки до виконання практичних робіт / А. М. Лялюк. – Луцьк : Вежа-Друк, 2019. – 27 с. Лялюк А. М. Товарознавство: конспект лекцій / А. М. Лялюк–Луцьк : Вид-во КП ІА «Волинський енергософт», 2019. – 156 с.
Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на веб-сайті факультету (інституту)	

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)