**Анотація навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва поля** | **Опис** |
| Назва дисципліни | **Промисловий маркетинг**  |
| Статус  | Вибіркова (у блоці) |
| Спеціальності | Підприємництво, торгівля та біржова діяльність |
| Мова викладання | Українська |
| Семестр, в якому викладається | 7 семестр |
| Кількість:-кредитів ЄКТС,-академічних годин | 3 кредити90 год: 18 год(лекції)+18 год(практичні)+54 год(сам.р.) |
| Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань | Екзамен |
| Кафедра, що забезпечує викладання | Кафедра підприємництва та маркетингу |
| Викладач, що планується для викладання | к.е.н., доцент Василик О.Б. |
| Попередні вимоги до вивчення дисципліни | Особливих вимог немає |
| Перелік компетентностей, яких набуде студент після опанування даної дисципліни | Здатність розв’язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі професійної діяльності із поглибленим рівнем знань та вмінь інноваційного характеру, достатнім рівнем інтелектуального потенціалу для вирішення проблемних професійних завдань у певній галузі національної економіки.ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість;ФК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;ФК 3.Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб’єктів ринкових відносин. |
| Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії | Можуть займати посади, серед яких: Секція G: Оптова та роздрібна торгівля; Секція M: Професійна, наукова та технічна діяльність розділ 73 –Рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку, розділ 74.90 – Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у.)Посади пов’язані з підприємництвом:директор малого підприємства за видами економічної діяльності, з надання послуг (консалтингової, страхової, рекламної тощо); керівник агентства: страхового, нерухомості, рекламного тощо; керівник підприємства сфери послуг; директор малого підприємства у сфері охорони здоров'я, освіти, культури.Посади, що пов’язані з торгівлею: директор малої торговельної фірми; керівник магазину; комерсант; завідувач торговельного залу; менеджер у роздрібній та оптовій торгівлі; менеджер ресторану, кафе, бару, підприємств з приготування та доставки готових страв. |
| Особливості навчання на курсі | Використання мультимедійних лекцій, відробки занять – опрацювання і здача індивідуальних завдань по пропущеній тематиці |
| Стислий опис дисципліни | Суть, завдання та розвиток промислового маркетингуРинки промислових товарівКонкуренція на промислових ринках. Кон’юнктура ринку промислової продукціїСегментування ринку. Формування та дослідження попиту на промислові товариТоварна політика та управління асортиментом продукціїЦінова і комунікаційна політикаУправління розподілом і збутом готової продукціїпланування і регулювання збутових запасівОрганізація, планування, контроль та аналіз маркетингової діяльності на підприємстві |
| Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мін-макс) | 1-30 на лекції, 1-15 на практичних заняттях |