**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 кредити  90 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 маркетингу  Ринки промислових товарів  Конкуренція на промислових ринках. Кон’юнктура ринку промислової продукції  Сегментування ринку. Формування та дослідження попиту на промислові товари  Товарна політика та управління асортиментом продукції  Цінова і комунікаційна політика  Управління розподілом і збутом готової продукції  планування і регулювання збутових запасів  Організація, 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 |