

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 3 «Кон'юнктура ринку»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	2 курс, 4 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (всього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 20 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 мікро та макроекономіки, основ маркетингу, менеджменту, економіки підприємства
Що буде вивчатися	Визначення об'єкта й предмета дослідження економічної кон'юнктури; збір кон'юнктурної інформації про об'єкт дослідження і пов'язані з ним економічні процеси; оцінка сформованої ситуації на ринку, виявлення закономірностей поведінки суб'єктів ринку; виявлення та аналіз основних тенденцій розвитку ринку, його коливання, циклічності й сезонності; прогнозування тенденцій розвитку ринку.
Чому це цікаво/треба вивчати	Побудова системи моніторингу стану товарної кон'юнктури ринку продукції конкретного підприємства повинна вестись з використанням взаємодії понять маркетингового середовища та маркетингового дослідження. Моніторинг стану кон'юнктури проводиться в тих випадках, коли мова йде про характеристику ринкової ситуації, що складається в зовнішньому середовищі стосовно господарюючого суб'єкта в кожний певний момент часу або період. Дослідження маркетингового середовища та дослідження ринку передбачають аналіз і прогноз різного роду економічних, соціальних, природних, демографічних, політичних та інших умов і обставин.

<p>Чому можна навчитися (результати навчання)</p>	<p>ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)</p>	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>