

Освітній компонент	Вибірковий освітній компонент 6 «Ціноутворення на світових ринках»
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
Назва спеціальності/освітньо-професійної програми	075 Маркетинг / Маркетинг
Форма навчання	Денна
Курс, семестр, протяжність	3 курс, 5 семестр, 5 кредитів ЄКТС
Семестровий контроль	Залік
Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні)	150 год, з них: лекц. – 10 год, практ. – 20 год
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра маркетингу
Автор ОК	Кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Букало Надія Артемівна
Короткий опис	
Вимоги до початку вивчення	Базові знання з ціноутворення у ринкових умовах
Що буде вивчатися	Процеси та методи формування ціни на товарні продукти та послуги, аналіз процесів ціноутворення на світових ринках.
Чому це цікаво/треба вивчати	Освітній компонент спрямований на формування у майбутніх фахівців розуміння загальних закономірностей управління процесом ціноутворення на світових ринках, розуміння систематизації успішних прикладів адаптації в ринкових умовах та прийняття рішення щодо ціноутворення в залежності від умов структури ринку з використанням сучасних методів та прийомів. Освоєння теоретичних і методичних основ ціноутворення на міжнародних ринках, а також набуття здобувачами компетенцій практичного встановлення цін на продукцію підприємства на світовому товарному ринку.
Чому можна навчитися (результати навчання)	ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

<p>Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності)</p>	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
---	---