

Назва освітнього компонента	БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Кафедра маркетингу
ПІБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	—
Рівень (рівні) вищої освіти	перший (бакалаврський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС/ 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	8
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна форма: лекцій – 14 годин, практичних/семінарських – 16 годин, самостійної роботи – 60 годин Заочна форма: лекцій – 6 годин, практичних/семінарських – 6 годин, самостійної роботи – 78 годин
Коротка анотація та мета	Дисципліна формує знання про організаційно-економічні засади, механізми функціонування та правове регулювання біржової діяльності. Розглядаються товарні, фондові та валютні біржі, організація і технологія біржової торгівлі, інфраструктура біржового ринку агропромислової продукції, діяльність агроторгових домів та порядок укладання і виконання біржових угод. Особлива увага приділяється функціонуванню біржового ринку агропромислової продукції та ролі бірж у забезпеченні ефективного товарного, фондового й валютного обігу. <i>Мета:</i> формування у здобувачів здатності аналізувати функціонування біржових ринків, застосовувати механізми біржової торгівлі та обґрунтовувати рішення щодо здійснення біржових операцій.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	<i>Компетентності, що формуються:</i> ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. <i>Програмні результати навчання:</i> ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

	ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Маркетинг, Управління каналами розподілу
Мінімальна та максимальна чисельність групи	—