**Результати навчання з дисципліни «Ринкові дослідження»**

**та їх відповідність компетентностям**

|  |  |
| --- | --- |
| **5.1 Компетентності, яких набувають студенти в процесі вивчення навчальної дисципліни «Ринкові дослідження»**  ***076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»***  **Інтегральна компетентність** | Здатність розв’язувати складні виробничі завдання та практичні проблеми у галузі маркетингу в ході професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування окремих методів і положень науки та характеризується невизначеністю умов і необхідністю врахування комплексу вимог здійснення професійної і навчальної діяльності. |
| **Загальні**  **компетентності** | 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.  2. Здатність планувати та управляти часом.  3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.  4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.  5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.  6. Здатність спілкуватися державною та іноземними мовами як усно, так і письмово.  7. Здатність працювати в міжнародному контексті.  8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.  9. Здатність бути критичним і самокритичним.  10. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, адаптуватися та діяти у новій ситуації.  11. Здатність працювати як у команді, так і автономно.  12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).  13. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів), соціально- відповідально та громадянсько-свідомо. |
| **Спеціальні (фахові,**  **предметні) компетентності** | 1. Розуміння та здатність до критичного мислення концептуальних основ дослідницької теорії, які стосуються системи маркетингу й узагальнюють засади і закономірності функціонування та розвитку підприємств.  2. Здатність опановувати та усвідомлювати інформацію щодо сучасного стану і тенденцій розвитку сучасного підприємства.  3. Вміння використовувати теоретичний та методичний інструментарій економічної, математичної, правової та інших наук для діагностики стану підприємств.  4. Здатність використовувати базові знання і практичні навички у сфері регулювання маркетингової системи.  5. Здатність застосовувати сучасні інформаційні системи. |

**5.2 Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти в процесі вивчення дисципліни «Ринкові дослідження», сформульований у термінах результатів навчання**

1. Планувати та управляти часом при проведенні досліджень.

2. Підтримувати належний рівень знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку у сфері управління.

3. Вміти застосовувати набуті знання у практичній діяльності.

4. Проводити дослідження на рівні молодшого спеціаліста, зокрема, здійснювати пошук, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел.

5. Демонструвати навички письмової та усної загальної та професійної комунікації державною та іноземними мовами.

6. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

7. Проявляти ініціативу та підприємливість, адаптуватися та діяти у новій ситуації;

8. Виконувати професійні функції як самостійно, так і в групі під керівництвом лідера.

9. Вміти пояснювати інформацію, ідеї, проблеми, рішення та власний досвід фахівцям і нефахівцям у фінансовій області.

10. Дотримуватися професійних етичних стандартів.

11. Діяти соціально-відповідально та громадянсько-свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), поваги до різноманіття та міжкультурності.

12. Вміти критично осмислювати концептуальні основи економічної теорії, які стосуються маркетингу, й узагальнюють засади й закономірності функціонування та розвитку маркетингової діяльності.

13. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу , розуміння принципів економічної науки, особливостей функціонування системи економіки та маркетингу.

14. Виявляти та аналізувати ключові характеристики маркетингової діяльності, оцінювати їх взаємозв’язки з національною та світовою економіками;

15. Застосовувати теоретичні знання та практичні навички для їх використання у сфері маркетингової діяльності на підприємствах.

16. Застосовувати сучасні інформаційні системи, у сфері маркетингу.

17. Збирати, аналізувати та пояснювати необхідну інформацію у сфері маркетингу.

18.. Обирати та застосовувати економіко-математичні та статистичні методи для аналізу, прогнозування та оптимізації явищ і процесі маркетингової діяльності.

19. Виконувати контрольні функції у сфері маркетингу.

20. Формувати та реалізовувати комунікації в сфері маркетингу.

21. Вміти нести відповідальність за результати професійної діяльності у сфері маркетингу.