

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут
Факультет торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ
Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

Галузь знань	<u>07 «Управління та адміністрування»</u>
Спеціальність	<u>075 «Маркетинг»</u>
Спеціалізація	«Маркетинг»
Освітній ступінь	«бакалавр»

Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система (ЄКТС) – це система трансферу і накопичення кредитів, що використовується в Європейському просторі вищої освіти з метою надання, визнання, підтвердження кваліфікації та освітніх компонентів і сприяє академічній мобільності здобувачів вищої освіти.

Система ґрунтується на визначенні навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених результатів навчання та обліковується у кредитах ЄКТС.

Кредит ЄКТС - одиниця вимірювання обсягу навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених (очікуваних) результатів навчання. Обсяг одного кредиту ЄКТС становить 30 годин. Навантаження одного навчального року за денною формою навчання становить, як правило, 60 кредитів ЄКТС.

Кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після успішного вивчення дисципліни та позитивного оцінювання досягнутих результатів навчання. Трансферу та накопиченню кредитів сприяє використання ключових документів ЄКТС.

Ключовими документами ЄКТС є: каталог дисципліни (інформаційний пакет), аплікаційна форма, угода про навчання, академічна довідка, додаток до диплома про вищу освіту європейського зразка (Diploma Supplement).

Перелік оцінок з дисциплін відображає здобутки здобувача вищої освіти у спосіб, який є загальнозрозумілим і може легко сприйматися в різних навчальних закладах, для цього використовується таблиця відповідності оцінок за 100-бальною шкалою.

Рівні компетентності	За шкалою КНТЕУ	Критерії оцінювання
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з дисципліни, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач.
Достатній (частково-пошуковий)	82-89	Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.
	75-81	Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.
Елементарний (репродуктивний)	69-74	Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.
	60-68	Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.
Низький (фрагментарний)	35-59	Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом викладача виконує елементарні завдання.
	1-34	Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.

1. Загальна інформація.

1.1. Назва і адреса.

Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (коротка назва – ВТЕІ КНТЕУ).

Адреса: вул. Соборна 87, м. Вінниця, 21050, факс: (0432)55-04-00

Електронна пошта: secretarvtei@ukr.net

1.2. Опис закладу.

ВТЕІ КНТЕУ є провідним закладом вищої освіти у Подільському регіоні, що готує фахівців з різних спеціальностей. Історія розвитку інституту починається з 1968 р. До 1986 р. він мав статус філії з денною, вечірньою і заочною формами навчання та здійснював підготовку фахівців для галузей невиробничої сфери (торгівлі, громадського харчування, фінансової і банківської системи).

У 1988 р. філію було реорганізовано у факультет, у 1998 р. – у Вінницький торговельно-економічний інститут Київського державного торговельно-економічного університету, а з 2000 р. – Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (далі ВТЕІ КНТЕУ).

Інститут діє на підставі Положення про Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету. А також здійснює освітню діяльність на підставі ліцензії (Міністерства освіти і науки України від 27.09.2016 № 1433л) та акредитований за найвищим – IV рівнем акредитації.

Загальна кількість науково-педагогічних працівників ВТЕІ КНТЕУ – 150, з них – докторів наук, професорів – 18 осіб (12%); кандидатів наук, доцентів – 107 осіб (71%); без наукового ступеня та звання – 25 особи (17%). В інституті навчається 3454 студентів, із них на денній формі навчається 1854. Підготовка фахівців здійснюється за 15 спеціальностями освітніх ступенів «молодший бакалавр», «бакалавр», «магістр».

1.3. Академічні органи.

Замкова Наталія Леонідівна	директор, доктор філософських наук, професор, Заслужений працівник освіти України.
-------------------------------	---

Мартінова Лілія Борисівна	заступник директора з навчально-методичної роботи, доктор економічних наук, доцент.
------------------------------	--

Кізюн Алла Григорівна	заступник директора з навчально-виховної роботи, кандидат географічних наук, доцент.
--------------------------	---

Откаленко Олена Миколаївна	заступник директора з фінансово-економічних питань – головний бухгалтер, кандидат економічних наук.
-------------------------------	---

Академічний календар.

Початок навчальних занять – з 1 вересня.

Завершення навчальних занять – 30 червня.

Освітній процес здійснюється за семестрами.

Тривалість семестрів, практичної підготовки, екзаменаційних сесій, атестацій, канікул визначається графіком освітнього процесу на кожен рік.

1.4. Перелік запропонованих освітніх програм.

Галузь знань	Спеціальність	Спеціалізація освітнього ступеня «бакалавр»	Спеціалізація освітнього ступеня «магістр»
03 Гуманітарні науки	035 «Філологія»	«Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»	«Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»
05 Соціальні та поведінкові науки	051 «Економіка»	«Міжнародна економіка»	«Міжнародна економіка»
		«Економіка бізнесу»	«Економіка підприємства»
		«Економічна кібернетика»	«Економічна кібернетика»
07 Управління та адміністрування	071 «Облік і оподаткування»	«Облік і оподаткування»	«Облік і оподаткування»
		«Фінансовий контроль та аудит»	«Фінансовий контроль та аудит»
		«Фінансова аналітика»	
	072 «Фінанси, банківська справа та страхування»	«Фінансовий менеджмент»	«Державні фінанси»
		«Фінанси, банківська справа та страхування»	«Фінансове посередництво»
	073 «Менеджмент»	«Менеджмент організацій»	«Менеджмент організацій»
		«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»	«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»		«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»	
075 «Маркетинг»	«Маркетинг»	«Маркетинг»	
	«Логістика»		
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	«Товарознавство та комерційна логістика»	«Товарознавство та комерційна логістика»	
	«Товарознавство та експертиза в митній справі»	«Товарознавство та експертиза в митній справі»	
08 Право	081 «Право»	«Право»	«Право»
12 Інформаційні технології	126 «Інформаційні системи та технології»	«Інформаційні технології у бізнесі»	-
18 Виробництво та технології	181 «Харчові технології»	«Харчові технології»	«Ресторанні технології»
23 Соціальна робота	232 Соціальне забезпечення	«Соціальне забезпечення»	-
24 Сфера обслуговування	241 «Готельно-ресторанна справа»	«Готельно-ресторанна справа»	«Готельна і ресторанна справа»
	242 «Туризм»	«Туризм»	«Міжнародний туристичний бізнес»
28 «Публічне управління та адміністрування»	281 «Публічне управління та адміністрування»	«Публічне управління та адміністрування»	«Публічне управління та адміністрування»
29 «Міжнародні відносини»	292 «Міжнародні економічні відносини»	«Міжнародний бізнес»	-

1.5. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації.

Інформація про вступні випробування та правила прийому на навчання за освітнім ступенем «молодший бакалавр», «бакалавр», «магістр» розміщена на сайті ВТЕІ КНТЕУ: <http://www.vtei.com.ua>

1.6. Механізм для визначення кредитної мобільності та попереднього навчання (формального, неформального та інформального).

Визначення кредитної мобільності та попереднього навчання здійснюються відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету.

1.7. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка).

Розподіл кредитів ЄКТС залежить від терміну навчання та визначається навчальним планом.

ВТЕІ КНТЕУ розподіляє кредити між навчальними дисциплінами самостійно. Кредити розподіляються на всі дисципліни, що вивчає студент, виробничу практику, виконання випускного кваліфікаційного проекту (роботи), атестацію. Кредити присвоюються тільки після закінчення вивчення дисципліни та за умови успішного складання одного з видів підсумкового контролю.

1.8. Механізми академічного управління.

Механізми академічного управління в ВТЕІ КНТЕУ визначені:

- Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти «бакалавр», «магістр» у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету;

- Положенням про систему оцінювання успішності навчання здобувачів вищої освіти у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету;

- Положенням про індивідуальний навчальний план здобувача ступеня вищої освіти ВТЕІ КНТЕУ;

- Положенням про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у ВТЕІ;

- Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти.

2. Ресурси та послуги.

2.1. Студентський стіл відділу кадрів.

У відділі кадрів інституту зберігаються особові справи студентів, документи про освіту, трудові книжки студентів, які навчаються в інституті. Основними завданнями працівників відділу кадрів є:

1. своєчасно вносити поточні зміни в особові справи.
2. зберігати документи в належному стані.
3. надавати інформацію за письмовими запитами з будь-яких інстанцій.

4. надавати студентам інформацію, роз'яснення щодо Кодексу законів про працю України.

2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання.

Гуртожиток №1 розташований в 10 хв. ходи від навчальних корпусів №1, №2 та тролейбусної і трамвайної зупинок.

Гуртожиток №2 розташований у 5 хв. від тролейбусної зупинки «29 школа», до центру міста можна дістатися за 20 хв.

У гуртожитках є дво-, три- і чотиримісні кімнати із санвузлом та кухнею на кожному поверсі; в підвальному приміщенні гуртожитку №1 розташована пральня.

Студенти поселяються до гуртожитків за наявності вільних місць на основі подання факультетів за наказом директора. Між інститутом і студентом укладається контракт на право проживання студента в гуртожитку, де встановлені права та обов'язки, а також відповідальність сторін за їх дотримання і виконання.

Адреси гуртожитків:

- гуртожиток №1 – 21010, м. Вінниця, вул. Чорновола 3, тел.(0432) 55-02-64;

- гуртожиток №2 – 21022, м. Вінниця, вул. Станіславського 54, тел.(0432) 66-42-72.

2.3. Харчування.

В інституті працює два пункти харчування (у корпусах № 1, № 4).

2.4. Вартість проживання.

Вартість проживання становить 520 грн. на місяць – гуртожиток № 1, 480 грн. на місяць – гуртожиток № 2.

2.5. Фінансова підтримка для студентів.

Студентам денної форми навчання, які навчаються коштом державного замовлення, за результатами навчання та виявленою при цьому успішністю призначаються академічні стипендії один раз на семестр. Розмір стипендії встановлює Кабінет Міністрів України. Студентам пільгових категорій згідно чинного законодавства призначаються соціальні стипендії.

За особливі успіхи у навчанні, участь у науковій, громадській, спортивній роботі здобувачам вищої освіти інституту за поданням стипендіальної комісії, вченої ради інституту, вчених рад факультетів можуть призначатися такі стипендії: академічна стипендія Президента України, академічна стипендія Верховної Ради України, академічна стипендія Кабінету Міністрів України, стипендія Облдержадміністрації та обласної ради, стипендія міської ради.

До того ж за успіхи у навчанні, участь у науковій, громадській та спортивній діяльності студенти можуть заохочуватися грошовими преміями.

З метою підвищення життєвого рівня студентам із малозахищених верств населення може надаватися матеріальна допомога.

2.6. Медичні послуги.

В приміщенні гуртожитку №1 функціонує медичний пункт, де працюють лікар-терапевт та медсестра, які здійснюють прийом студентів, маніпуляційні процедури, проводять санітарно-просвітницьку роботу.

2.7. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами.

У ВТЕІ КНТЕУ створено сприятливі умови для навчання, комфортного перебування та проживання студентів з особливими потребами. Для окремих категорій студентів на підставі нормативно-правових актів на отримання державних пільг і гарантій нараховуються соціальні стипендії.

Вони призначаються:

- здобувачам вищої освіти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, та особи з їх числа у разі продовження навчання до 23 років або до закінчення вищого навчального закладу, а також здобувачі, які в період навчання у віці від 18 до 23 років залишились без батьків, згідно із ст. 62 Закону України «Про вищу освіту» та ст.8 Закону України «Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування»;
- здобувачам вищої освіти з числа осіб, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи;
- здобувачам вищої освіти, визнані учасниками бойових дій, відповідно до п. 19 ч. 1 ст. 6 Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту», та їх дітей (до закінчення навчання у вузі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років), відповідно до ст. 44 Закону України «Про вищу освіту»;
- здобувачам вищої освіти - діти, один із батьків, яких загинув (пропав безвісти) у районі проведення антитерористичної операції, бойових дій чи збройних конфліктів або помер внаслідок поранення, контузії чи каліцтва, одержаних у районі проведення АТО, бойових дій чи збройних конфліктів, а також внаслідок захворювання, одержаного в період участі в АТО (до закінчення навчання у вузі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років), відповідно до ст. 44 Закону України «Про вищу освіту»;
- здобувачам вищої освіти - діти, один із батьків яких загинув під час масових акцій громадянського протесту або помер внаслідок поранення, контузії чи каліцтва, одержаних під час масових акцій громадянського протесту (до закінчення навчання у вузі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років), відповідно до ст. 44 Закону України «Про вищу освіту»;
- здобувачам вищої освіти - діти, зареєстровані як внутрішньо переміщені особи (до закінчення навчання у вузі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років), відповідно до ст. 44 Закону України «Про вищу освіту»;
- здобувачам вищої освіти з числа дітей-сиріт та дітей з малозабезпечених сімей, яким призначені соціальні стипендії Верховної Ради України відповідно до постанови ВРУ від 24.10.2002 № 218-IV;
- здобувачам вищої освіти-діти-інваліди та особи з інвалідністю I-III групи;
- здобувачам вищої освіти із сімей, які отримують допомогу відповідно до Закону України «Про державну соціальну допомогу малозабезпеченим сім'ям»;
- здобувачам вищої освіти, зазначені у п. п. 1-6, які є інвалідами по зору і слуху-збільшення на 50%;
- здобувачам вищої освіти, зазначені у п. п. 1-6, з числа тих, що входили до складу військових формувань, які за рішенням відповідних державних органів були

направлені для виконання миротворчих місій або відряджені до держав, де в цей період велися бойові дії-збільшення на 30%.

2.8. Навчальне обладнання.

Адміністрація інституту сприяє заходам, щодо розширення інформаційних ресурсів у бібліотеці, створення доступності та зручності у користуванні книжковим фондом.

Книжковий фонд бібліотеки поповнено актуальними, сучасними виданнями з питань економіки, фінансів, менеджменту, бізнесу, правничих, суспільно-політичних, інформаційних систем і технологій, також періодичними виданнями методичними та інформаційними матеріалами, виданнями КНТЕУ (підручниками, посібниками, методичними рекомендаціями та вказівками з навчальних дисциплін).

Головним інформаційним ресурсом бібліотеки є бібліотечний фонд, який на сьогодні складає більше 233 750 одиниць зберігання. Це наукова та навчально-методична література з питань економіки, менеджменту, фінансів, туризму.

В бібліотеці встановлена та функціонує автоматизована бібліотечно-інформаційна система (АБІС) «УФД/Бібліотека», яка забезпечує автоматизацію всіх бібліотечних процесів, а саме: сумарний, інвентарний облік фонду, обробка літератури, розрахунок книгозабезпеченості навчальних дисциплін, створення та редагування електронного каталогу, штрихкодування фонду, реєстрація та автоматизоване обслуговування користувачів із застосуванням цифрового підпису (PIN-CODE).

До послуг користувачів 3 читальних зали та 2 абонементи. В кожній читальній залі обладнані автоматизовані робочі місця, є доступ до освітніх ресурсів мережі Інтернет, також відкрито доступ до електронних версій навчальної та довідкової літератури видавничої компанії «Центр учбової літератури» м. Київ – збірка містить більше 1000 назв повнотекстових видань за різними тематиками.

Своєчасне інформування про ресурси та послуги забезпечує веб-сторінка бібліотеки (<http://vtei.vtei.com.ua/biblioteka/>), яка розміщена на офіційному веб-сайті інституту (<http://www.vtei.com.ua/>). Веб-сторінка інформує про бібліотеку, бібліотечні події та акції, надає доступ до електронного каталогу, містить інформацію про видання бібліотеки, а саме: інформаційні бюлетені нових надходжень, рекомендаційні списки літератури, бібліографічні покажчики, перелік періодичних видань тощо.

Для студентів перших курсів організуються заняття з основ бібліотечно-інформаційних знань, які покликані навчити студентів самостійно здійснювати пошук необхідної літератури, умінню працювати з інформацією, аналізувати та систематизувати її.

Режим роботи бібліотеки: понеділок – п'ятниця – 9.00 – 17.40
субота – 9.00 – 14.00

Матеріально-технічна база. Для потреб освітнього процесу всі кафедри забезпечено необхідною комп'ютерною технікою, функціонують 12 комп'ютерних класів, 9 мультимедійних проекторів, 2 інтерактивних комплекси, 71 аудиторія, 4 лінгафонних кабінети.

2.9. Організація мобільності за освітніми програмами.

ВТЕІ КНТЕУ співпрацює з закладами вищої освіти, міжнародними науковими центрами та установами багатьох країн світу у т.ч.: Італії, Словаччини, Чехії, Білорусії, Грузії, Польщі, Молдови, Румунії, Угорщини, Франції. Здобувачі вищої освіти за рівнем знання іноземних мов мають змогу здобувати освіту за кордоном по програмі подвійних дипломів: у Польщі – Вища школа туризму і екології (м. Суха Бескидська), Великопольська суспільно-економічна вища школа (м. Великопольська середа); у Словаччині – Пан'європейська вища школа (м. Братислава).

Принцип мобільності студентів в інституті реалізується шляхом:

- участі у міжнародних конференціях, симпозіумах, круглих столах, семінарах, вебінарах та інших науково-практичних заходах;
- проходженням практики у провідних закладах готельно-ресторанного бізнесу Німеччини, Болгарії, Словаччини, Туреччини та інших європейських країн відповідно до угод про співробітництво з іноземними науковими установами та компаніями;
- поглибленням та вдосконаленням знань іноземних мов під час міжнародного стажування та проходження практики.

Мобільність здобувачів вищої освіти та викладачів є одним із основних принципів сучасної європейської освіти. Навчання, стажування та дослідницька робота за кордоном збагачує індивідуальний досвід, надає можливість дізнатися більше про інші моделі створення та поширення знань, дозволяє розширити мережу контактів і спілкування і поглибити знання іноземних мов.

Інститут бере участь в реалізації міжнародних проектів і програм, основними з яких є:

- міжнародна молодіжна громадська організація AIESEC, що об'єднує студентів вищої освіти з метою розвитку лідерського та професійного потенціалу молодих людей та позитивного вкладу в суспільство.

2.10. Можливості для проходження практики.

Для забезпечення практичної підготовки студентів та їх успішного працевлаштування інститутом встановлено різні форми співробітництва з організаціями, зокрема з багатьма профільними державними установами, фінансовими структурами, установами банківської сфери, підприємствами сфери торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу, страхового бізнесу на підставі укладених договорів про підготовку спеціалістів, угод про співпрацю, двосторонніх договорів співдружності, договорів про проходження практики студентів, що створюють умови для реалізації програм практики та забезпечують виконання у повному обсязі вимог, передбачених Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти.

2.11. Умови для занять спортом і відпочинку.

Важливим напрямом організації виховної та культурно-мистецької роботи студентів в інституті є участь студентів у традиційних культурно-масових заходах таких як «Посвята першокурсників у студенти», «Дебют першокурсника», «Осінній вернісаж», святкування Дня студента та «Фестиваль КВН на кубок директора ВТЕІ КНТЕУ», «Міс ВТЕІ КНТЕУ», Новорічні карнавали, конкурс талантів, за участю студентів та викладачів, «Дві зірки», концертні та танцювально-розважальні програми до календарних свят, конкурсні шоу-програми.

В інституті працює відділ з організації виховної та культурно-мистецької роботи студентів в якому існують такі творчі колективи: народний театр пісні «Слов'янка», народний театр сучасного танцю «Ритм серця», ансамбль народного танцю «Сяйво», клуб КВН, інструментальний ансамбль, вокальні ансамблі малої форми: дуети, тріо, квартети та окремі солісти-вокалісти, гурток художнього читання та декламування тощо.

Створено всі умови для заняття фізичною культурою і спортом. Фізкультурно-оздоровча робота проводиться в орендованих спортивних спорудах, до яких входять стадіон Вінницької МДЮСШ №1 з легкоатлетичними доріжками і секторами, легкоатлетичний манеж Вінницької спеціалізованої дитячо-юнацької спортивної школи олімпійського резерву з легкої атлетики обласної ради ФСТ «Колос», плавальний басейн СК «Авангард», ТОВ Ліга «Олімпійські резерви». СК «Нокаут».

Здобувачі вищої освіти мають право вільного вибору виду спорту і навчальної групи з урахуванням їх інтересів. Зокрема, спортивне вдосконалення здійснюється в таких секціях: аеробіка, волейбол, футбол, баскетбол, легка атлетика, плавання, бокс.

Студенти беруть участь у міських, всеукраїнських та міжнародних змаганнях.

2.12. Студентські організації.

Громадське життя в інституті насичене, багатогранне та різноманітне.

В інституті на громадських засадах діють:

- рада студентського самоврядування інституту;
- ради студентського самоврядування факультетів;
- ради студентського самоврядування гуртожитків №1 та № 2;
- студентське наукове товариство «ВАТРА»;
- студентський туристичний клуб «Way to Freedom»;
- студентські дискусійні клуби та клуби за інтересами – «Сучасний стан та перспективи розвитку фінансової системи України», «Інноваційні технології в управлінні підприємствами та організаціями», «Маркетинг та реклама», «Клуб інтелектуальних ігор», «Сучасна проблематика обліку, аналізу і контролю в сфері господарської діяльності та державного управління», «Інновації заради майбутнього», «Менеджер майбутнього - євроуправлінець», «Товарознавство та експертиза товарів», «Туристична індустрія: сучасний стан та перспективи розвитку»;
- наукові гуртки – з економіки підприємства, з міжнародної економіки, «Економіко-математичне моделювання», «Менеджмент: проблеми сьогодення та перспективи розвитку», «American and English Studies», «Translation Studies», «Школа туристичної індустрії», «Ресторатор», «Кондитер-клас», «Сучасний бухгалтер», «Бізнес-аналітик», «Статистика», «Організаційно-комерційні аспекти діяльності торговельних підприємств», «Теоретичні та практичні проблеми товарознавства», «Фізико-хімічні методи дослідження сировини і матеріалів», «Феміда», «Правовий Універсум», «Перспективи розвитку фінансово-бюджетної системи України та шляхи вдосконалення», «Маркетингові інновації».

Інформація щодо навчання студентів, дозвілля, занять спортом розміщується в газеті «Економіст» та на сторінці сайту інституту (<http://www.vtei.com.ua>).

3. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за спеціалізацією «Маркетинг»)

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет Вінницький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитована. Акредитаційна комісія України. Україна. До 01.07.2022
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл, НРК України – 8 рівень, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Перший рівень вищої освіти «бакалавр»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07.2022
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої	http://www.vtei.com.ua/
2 - Мета освітньої програми	
Створення цілісної системи забезпечення підготовки фахівців за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу та набуття знань щодо професійної та практичної підготовки, загальних і фахових компетентностей, які сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці, формуванні соціально-особистісних якостей випускників	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація «Маркетинг» Обов'язкові компоненти – 43,5 %, вибіркові компоненти – 33,5 %, практична підготовка – 10%, атестація – 13%
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна Програма спрямована на надання знань фахівцям в сфері маркетингу, які спроможні використовувати ці знання, вміння та навички щодо формування та реалізації комплексної програми підвищення конкурентоспроможності підприємств на національному та міжнародному ринках на основі організаційного, технологічного, технічного та інформаційного забезпечення базових функцій маркетингу, організації й планування маркетингової діяльності в умовах невизначеності та ризику

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» спеціалізацією «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, маркетолог, маркетингові дослідження, маркетингова політика, реклама, зв'язки з громадськістю
Особливості програми	Програма спрямована на вирішення конкретних практичних прикладів майбутньої діяльності, що дозволяє студентам набути необхідних навичок. Врахування специфіки маркетингової діяльності. Практична підготовка на виробничих і торговельних підприємствах та підприємствах сфери послуг
4 - Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випусники магістри спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема: 4131 – агент з постачання; 3415 - агент комерційний (торговельний), представник торговельний; 3429 – агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); 1233 - директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу); 1226.1 – директор з матеріально-технічного постачання; 2419.2 – економіст зі збуту, консультант з маркетингу, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); 2441.2 – економіст із ціноутворення; 1229.6 – завідувач виставки; 1227 – завідувач комори; 1224 - завідувач складу; 3116 - закупник; 3419 - інспектор торговельний, організатор з постачання, збуту; 1317 - керуючий агентством (торговельним, рекламним); 3415 - комівояжер, мерчандайзер; 1475.4 - менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю; 1476.1 - менеджер з реклами; 1210 - начальник агентства (рекламно-інформаційного); 1234 - начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю).
Подальше навчання	Навчання для здобуття 3 рівня вищої освіти – НРК України 9 рівень, EQF-LLL – 8 рівень
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, проходження практики, студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення, підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи

Оцінювання	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Підсумкова атестація – захист випускної кваліфікаційної роботи.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі, вирішувати проблеми в процесі професійної діяльності, що передбачає аналіз, синтез явищ і процесів на основі логічних аргументів, перевірених фактів, систематизація інформації для забезпечення ефективної логістичної діяльності
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 3. Здатність планувати та управляти часом.</p> <p>ЗК 4. Здатність спілкуватися з науковцями, представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.</p> <p>ЗК 5. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.</p> <p>ЗК 6. Професійні етичні зобов'язання.</p> <p>ЗК 7. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.</p> <p>ЗК 8. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності, застосування методів наукового пізнання.</p> <p>ЗК 9. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 10. Здатність до проведення наукових досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>ЗК 11. Прагнення до збереження навколишнього середовища.</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК 1. Здатність формувати професійні знання та опановувати теоретичні основи щодо застосування маркетингових стратегій в управлінні стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства, при плануванні стратегічної і поточної діяльності.</p> <p>ФК 2. Здатність проводити наукові дослідження, впроваджувати їх результати у практику, оформляти результати наукових досліджень.</p> <p>ФК 3. Здатність використовувати можливості маркетингової інформаційної системи підприємства, застосовувати їх для розв'язання маркетингових завдань; здійснювати моніторинг маркетингового середовища, проводити маркетингові дослідження у складі маркетингових інформаційних систем.</p> <p>ФК 4. Здатність застосовувати методичний інструментарій, з метою розробки і прийняття управлінських рішень у сфері брендингу, основні концепції та принципи позиціонування бренду; оперувати методичним інструментарієм маркетингових досліджень в бренд-менеджменті, підходами до моделювання брендів з врахуванням особливостей споживчої поведінки.</p> <p>ФК 5. Здатність використовувати новації при розробці програм лояльності споживачів, здійснювати оцінку результатів запровадження програми лояльності споживачів.</p>

ФК 6. Здатність формувати професійні знання та опанувати теоретичні основи щодо вирішення проблеми кризових комунікацій та специфіки управління комунікативними діями в умовах кризи.

ФК 7. Здатність використовувати набуті навички оперативного ознайомлення із законодавчими актами у сфері підприємницького права України та вміння виділити головне; скласти правозастосовні акти, що регулюють підприємницьку діяльність та визначати види юридичної відповідальності у законодавстві; використовувати отримані знання для захисту своїх прав та законних інтересів через систему правоохоронних органів.

ФК 8. Здатність використовувати методи маркетингового аналізу та застосовувати конкретні методи і прийоми в практичній діяльності підприємств; володіти методиками маркетингового аналізу, проводити пошукові дослідження.

ФК 9. Здатність використовувати у рекламному бізнесі сучасні засоби обчислювальної техніки та економіко-математичні методи; здійснювати вибір засобів масової інформації для успішного проведення рекламних кампаній в торгівлі; розробляти плани рекламної кампанії, здійснювати реалізацію та контроль проведення рекламних кампаній для торговельних підприємств.

ФК 10. Здатність здійснювати управління маркетингом інновацій на підприємстві задля найкращого задоволення потреб і запитів споживачів і виробників.

ФК 11. Здатність управляти збитками, витратами, внаслідок несприятливих виробничих, фінансових чи екологічних подій, зумовлених внутрішнім і зовнішнім маркетинговим середовищем суб'єкта господарювання.

ФК 12. Здатність використовувати рекламу як напрям діяльності некомерційних організацій з інформування широкого кола людей про свою роботу, створення у них правильного уявлення про суспільні функції некомерційних організацій.

ФК 13. Здатність застосовувати практичні надбаня в ринковій діяльності підприємств на міжнародних ринках.

ФК 14. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

ФК 15. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.

ФК 16. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

ФК 17. Здатність використовувати практичні навички управління процесами маркетингової діяльності підприємства, конкретний маркетинговий інструментарій у вирішенні актуальних проблем розвитку бізнесу з орієнтацією на потреби і запити споживачів цільових ринків.

7 - Програмні результати навчання

ПРН 1. Вміти володіти методологією та методами пізнання творчої діяльності при вирішенні професійних завдань

	<p>ПРН 2. Вміти впроваджувати передовий досвід організації виробничої та наукової діяльності</p> <p>ПРН 3. Вміти планувати та використовувати наукові розробки в процесі організації логістичної діяльності</p> <p>ПРН 4. Володіти інформаційною базою для розробки та впровадження інновацій з врахуванням основ економіки, маркетингу, логістики та інформаційних технологій</p> <p>ПРН 5. Здатність самостійно аналізувати наукові та виробничі випробування, оформляти науково-технічну документацію</p> <p>ПРН 6. Проявляти вміння працювати в команді, мотивувати та управляти їх роботою для досягнення мети</p> <p>ПРН 7. Вміння розробляти оптимальні програми розвитку та функціонування підприємств в процесі реалізації маркетингової діяльності</p> <p>ПРН 8. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, оцінювати результати автономної роботи і нести відповідальність за особистий професійний розвиток</p> <p>ПРН 9. Обирати методи адаптації та напрями використання міжнародних стандартів та нормативів в професійній діяльності</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта</p> <p>ПРН 11. Здатність розробляти короткострокові і середньострокові плани діяльності підприємств, планувати потреби у матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсах</p> <p>ПРН 12. Вміти обґрунтовувати пропозиції щодо впровадження маркетингової діяльності підприємств</p> <p>ПРН 13. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ПРН 14. Демонструвати управлінські навички у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 15. Здатність виявляти резерви зниження витрат та оптимізувати бізнес-процеси організацій.</p> <p>ПРН 16. Застосовувати логістичний підхід до управління ресурсами організацій та забезпечувати підвищення їх конкурентоспроможності.</p> <p>ПРН 17. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень</p> <p>ПРН 18. Здатність проводити аналіз процесів і результатів маркетингової діяльності, проводити маркетинговий аудит діяльності підприємств</p> <p>ПРН 19. Здатність застосовувати маркетинговий інструментарій при оцінюванні діяльності підприємств</p> <p>ПРН 20. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Проектна група: 1 доктор наук, 2 кандидати наук, 1 професор, 2 доцента. Науково-педагогічний склад, залучені до реалізації освітньої програми є працівниками Вінницького торговельного економічного інституту КНТЕУ, мають вчені звання та / або наукові ступені, проходять підвищення кваліфікації один раз на п'ять років

Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних та спеціалізованих лабораторій Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання Системи управління навчанням MOODLE Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	–
Міжнародна кредитна мобільність	–
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	–

4. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

4.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням Іноземна мова спеціальності	24	екзамен
ОК 2	Економічна інформатика	6	екзамен
ОК 3	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 4	Правознавство	6	екзамен
ОК 5	Статистика	6	екзамен
ОК 6	Менеджмент	6	екзамен
ОК 7	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6	екзамен
ОК 8	Товарознавство. Непродовольчі товари	6	екзамен
ОК 9	Товарознавство. Харчові продукти	6	екзамен
ОК 10	Економіка підприємства	6	екзамен
ОК 11	Маркетинг	6	екзамен
ОК 11.1	КР з маркетингу	6	екзамен
ОК 12	Бухгалтерський облік		
ОК 13	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 13.1	КР з маркетингових досліджень	6	екзамен
ОК 14	Маркетингові комунікації		
ОК 15	Логістика	6	екзамен
ОК 16	Електронна торгівля	6	екзамен
ОК 17	Реклама	6	екзамен
ОК 18	Торговельний маркетинг	6	екзамен
ОК 19	Управління продажем та мерчандайзинг	6	екзамен
ОК 20	Організація торгівлі	9	екзамен
ОК 21	Поведінка споживачів	6	екзамен
ОК 22	Маркетингові товарна та цінова політика	12	екзамен
ОК 23	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	9	екзамен
	Фізичне виховання		
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		114	
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.1	Вища та прикладна математика	6	екзамен
ВБ 1.2	Екологія	6	екзамен
ВБ 2.1	Естетика	6	екзамен
ВБ 2.2	Історія України	6	екзамен
ВБ 2.3	Історія української культури	6	екзамен
ВБ 2.4	Культурна спадщина України	6	екзамен
ВБ 2.5	Національні інтереси в світовій геополітиці та геоekonomіці	6	екзамен
ВБ 2.6	Ораторське мистецтво	6	екзамен

1	2	3	4
ВБ 2.7	Релігієзнавство	6	екзамен
ВБ 2.8	Світова культура	6	екзамен
ВБ 2.9	Філософія	6	екзамен
ВБ 3.1	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6	екзамен
ВБ 3.2	Етика бізнесу	6	екзамен
ВБ 3.3	Політологія	6	екзамен
ВБ 3.4	Психологія	6	екзамен
ВБ 3.2	Соціальне лідерство	6	екзамен
ВБ 3.5	Соціологія	6	екзамен
ВБ 4.1	Психологія торгівлі	6	екзамен
ВБ 4.2	Теорія галузевих ринків	6	екзамен
ВБ 5.1	Категорійний менеджмент	6	екзамен
ВБ 5.2	Основи підприємництва	6	екзамен
ВБ 6.1	Ділові переговори	6	екзамен
ВБ 6.2	Комп'ютерна графіка в рекламі	6	екзамен
ВБ 6.2	Безпека життя	6	екзамен
ВБ 7.1	Маркетинг послуг	6	екзамен
ВБ 7.2	Product placement	6	екзамен
ВБ 8.1	Реклама в Інтернеті	6	екзамен
ВБ 8.2	Прямий маркетинг	6	екзамен
ВБ 8.3	Теорія зв'язків з громадськістю	6	екзамен
ВБ 9.1	Дизайн в рекламі	6	екзамен
ВБ 9.2	Медіапланування	6	екзамен
ВБ 10.1	Міжнародний маркетинг	6	екзамен
ВБ 10.2	Торговельне обладнання	6	екзамен
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60	
Практична підготовка			
Виробнича практика 1		3	залік
Виробнича практика 2		6	залік
Всього		9	
Атестація			
Підготовка до кваліфікаційного екзамену та атестація		3	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

5. Інформація про компонент освітньої програми «Маркетинг»

5.1. Назва. Іноземна мова за професійним спрямуванням.

5.2. Тип. Обов'язковий.

5.3. Рік навчання. 2019-2021.

5.4. Семестр. 1,2,3

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Нечипоренко В.О., к. філол. н., доцент кафедри іноземної філології та перекладу.

5.6. Результати навчання: практичне оволодіння іноземною мовою спеціального вжитку шляхом розвитку лінгвістичної, комунікативної, професійної, соціокультурної компетенцій здобувачів вищої освіти; розвиток навичок усного (діалогічного й монологічного) мовлення, письма, функціонального читання, формування вмінь складання анотацій та реферування іншомовних текстів фахової тематики; поглиблення розуміння іншомовних соціокультурних реалій, знання й адекватне тлумачення різних зразків мовної поведінки, уміння адекватно реагувати й діяти у професійних і побутових контекстах полікультурного середовища; оволодіння методикою та прийомами самоосвіти, розвиток навичок автолінгводидактичної діяльності. Програма курсу розрахована на досягнення РВМ В₂.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Вхідний рівень володіння мовою В₁₊.

5.8.Зміст. І. Формування тематичного словника економіки та бізнесу. Теми загальноекономічного характеру. Бізнес та підприємництво. Економіка. Торгівля. Продукт, ринок та ринкові відносини. Маркетинг та реклама. Гроші та банківські установи. Фінанси. Джерела фінансування бізнесу. Облік і аудит. Організація та людські ресурси. Менеджмент і лідерство. ІІ. Розвиток професійно-орієнтованої комунікативної компетенції. Будується на іншомовному фаховому матеріалі, але на більш широкій лексичній основі та з урахуванням вузькопрофесійного спрямування. Теми: Фінансові установи. Бухгалтерські рахунки. Оподаткування. Фінансовий облік. Управлінський облік. Державне казначейство. Бюджетна система. Кредитна система України. Міжнародні фінансові платежі. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

5.9. Рекомендована література.

1. Dudley-Evans, T. (1998). *Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach* / T. Dudley-Evans. Cambridge University Press, 1998. 234 p.
2. Grant D. *Business Basics* / Grant David and McLarty Robert. New York : Oxford University Press, 1995. 219 p.
3. Owen R. *Business English* / Roger Owen. London, 2002. 218 p.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання із використанням інноваційних технологій: *практичні заняття* (виконання вправ / презентація / дискусія / моделювання ситуацій / «мозкова атака» / тренажерні завдання / робота в малих групах/ проектне навчання інше).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; індивідуальне завдання, система управління навчанням тощо);

підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Англійська, німецька, французька

5.1. Назва. Економічна інформатика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019-2020.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Мерінова С.В., к.е.н, доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних систем.

5.6. Результати навчання. Загальні та фахові компетентності. Формування у майбутніх фахівців інформаційної та комп'ютерної культури, набуття практичних навичок роботи на ПК. Теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти до ефективного застосування інформаційних технологій для вирішення економічних задач за допомогою інтегрованого пакета прикладних програм Microsoft Office.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з інформатики рівня повної загальної середньої школи.

5.8. Зміст. Предмет економічної інформатики та поняття економічної інформації. Загальні відомості побудови інформаційних систем. Інформаційні технології, їх розвиток та класифікація. Архітектура сучасного персонального комп'ютера. Основи побудови комп'ютерних мереж.

Програмне забезпечення ПК. Системне програмне забезпечення. Операційна система Windows. Прикладне програмне забезпечення.

Системи обробки тексту. Призначення та функціональні можливості текстового редактора MS Word. Робота з документами складної структури у текстовому редакторі MS Word.

Функціональні можливості та область використання програми створення презентацій MS Power Point. Технологія створення презентацій засобами MS Power Point та комп'ютерної графіки.

Табличний процесор MS Excel. Загальна характеристика; функціональні можливості; основи роботи у табличному процесорі MS Excel.

Табличний процесор MS Excel: робота з формулами та функціями. Технологія створення діаграм та графіків у табличному процесорі MS Excel.

Робота зі списками та базами даних у табличному процесорі MS Excel.

Використання засобів аналізу та прогнозування даних у табличному процесорі MS Excel.

Система управління базами даних MS Access. Основи побудови баз даних. Моделі подання даних. Реляційні бази даних. Проектування структури бази даних. Система управління базами даних MS Access: створення, редагування таблиць та зв'язків між ними. Система управління базами даних MS Access: технологія створення, редагування та використання форм. Система управління базами даних MS Access: технологія застосування фільтрів. Аналіз даних за допомогою запитів. Технологія створення, редагування та використання звітів у базі даних MS Access. Автоматизація обробки даних у середовищі MS Access. Розширення можливостей бази даних.

Основи алгоритмізації. Формалізація та алгоритмізація обчислювальних процесів. Основи програмування на мові високого рівня Visual Basic for

Application (VBA). Програмування типових алгоритмів обробки даних. Об'єктно-орієнтоване програмування засобами VBA.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Апатова Н.В., Гончарова О.М., Дюлічева Ю.Ю. Інформатика для економістів : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2014. 456 с.
2. Буйницька О.П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання : навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2015. 240 с.
3. Дибкова Л.М. Інформатика і комп'ютерна техніка : навчальний посібник 4-те вид. К. : Академвидав, 2015. 464 с.
4. Барміна В.А., Цензура М.О. Економічна інформатика. СУБД Access : опорний конспект лекцій. К. : КНТЕУ, 2014. 156 с.
5. Барміна В.А., Цензура М.О. Економічна інформатика. Тема «Табличний процесор EXCEL» : опорний конспект лекцій. К. : КНТЕУ, 2017. 182 с.
6. Яремко С.А., Копняк К.В., Костунець Т.А. Економічна інформатика : методичні рекомендації та індивідуальні завдання до самостійної роботи. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2016. 171 с.
7. Копняк К.В., Костунець Т.А. Економічна інформатика : завдання до лабораторних занять для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр». Ч. 1. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2017. 76 с.
8. Матвієнко М.П., Розен В.П., Закладний О.М. Архітектура комп'ютера. К. : Видавництво Ліра-К, 2017. 264с.
9. Мельникова О.П. Економічна інформатика : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2014. 424 с.
10. Наливайко Н.Я. Інформатика : начальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2014. 576 с.
11. Форкун Ю.В., Длугунович Н.А. Інформатика : навчальний посібник. Львів : «Новий Світ-2000», 2015. 464 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, лабораторні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка конспекту / презентації / лабораторної роботи / звіту про виконання завдань лабораторної роботи / виконання індивідуального ситуаційного завдання / захист глосарія тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економічна теорія.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Осіпова Л. В., к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: вільно орієнтуватися в теоретичних закономірностях та особливостях розвитку господарських систем загалом та в

трансформаційній економіці України зокрема; розуміти основні закономірності та принципи функціонування ринкової економіки; усвідомлювати мотиваційні механізми та дії людей, спрямовані на ефективне господарювання в умовах обмежених економічних ресурсів; надати можливість аналізувати мотивації та стратегії поведінки підприємства в умовах ринкового господарювання; з'ясувати особливості державного регулювання в умовах ринкової економіки; розуміти проблеми ринкової економіки; усвідомлювати сучасні процеси глобалізації економічного життя людства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з економіки.

5.8. Зміст. Вступ до курсу. Зародження та основні етапи розвитку економічної теорії. Предмет і метод економічної теорії. Економічна система суспільства. Відносини власності. Економічні потреби та інтереси. Суспільне виробництво та його ефективність. Форми організації суспільного виробництва. Теорія грошей. Ринковий механізм. Капітал як економічна категорія і фактор виробництва. Галузеві особливості виробництва і функціонування капіталу. Форми прибутку: процент і рента. Доходи і заробітна плата. Теорія поведінки споживача. Підприємство в умовах ринкового господарювання. Сутність процесу суспільного відтворення. Відтворення національного продукту і національного багатства. Сукупний попит та сукупна пропозиція. Макроекономічна рівновага. Циклічні коливання в економіці. Економічне зростання. Інфляція та антиінфляційна політика. Безробіття та політика зайнятості. Державне регулювання ринкової економіки. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. Економічні аспекти глобальних проблем.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Андрущенко А. М., Бурляй А. П., Костюк В. С. та ін. Економічна теорія: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2009. 520 с.
2. Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. Економічна теорія: (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка): навчальний посібник. 2-ге вид., переробл. і допов. К. : Центр учбової літератури, 2009. 688 с.
3. Базилевич В. Д., Попов В. М., Базилевич К. С., Гражевська Н. І. Економічна теорія: Політекономія : підручник. За ред. В.Д. Базилевича. 7-е вид., стер. К. : Знання-Прес, 2008. 719 с.
4. Ватаманюк З., Панчишин С., Кудин С. та ін. Вступ до економічної теорії: підручник / за ред. З. Ватаманюка. 3-є вид., допов. Львів : Новий світ - 2000, 2007. 504 с.
5. Корецький М. Х., Дацій О. І., Кульнева Г. М. та ін. Економічна теорія: навчальний посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. 256 с.
6. Кушнір В. С. Мікро- та макроекономіка: навчальний посібник. К. : ІНКOS, Центр учбової літератури, 2006. 256 с.
7. Лісовий А. В. Мікроекономіка: курс лекцій. Ірпінь : Академія ДПС України, 2002. 200 с.
8. Мочерний С. В., Устенко О. А. Основи економічної теорії: навчальний посібник. 3-ге вид., стер. К. : Академія, 2009. 504 с.
9. Мельник А. Ф., Желюк Т. Л., Длугопольський О. В., Панухник О. В. Макроекономіка та макроекономічна політика: навчальний посібник / за ред. А.Ф. Мельника. К. : Знання, 2008. 699 с.

10. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підручник / за ред. Климка Г. Н. – 4-те вид., перероб. і доп. К. : Знання-Прес, 2002. 615 с.
11. Прокопенко О. В., Троян М. Ю. Поведінка споживачів : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2008. 176 с.
12. Пушкаренко П. І. , Несветов О. О. , Кочубей Р. В. Теоретичні основи сучасної макроекономіки: навчальний посібник / за заг. ред. П. І. Пушкаренко. – Суми : Університетська книга, 2007. 331 с.
13. Семененко В. М., Коваленко Д. І., Бугас В. В., Семененко О. В. Економічна теорія: Політекономія: навчальний посібник / за заг. ред. В. М. Семененка та Д. І. Коваленка. 2-ге вид., допов. та перероб. – К. : Центр учбової літератури, 2011. 428 с.
14. Тарасевич В. М., Бобровська О. Ю., Лебедєва В. К. та ін. Економічна теорія. Політекономія : підручник / за ред. В. М. Тарасевича. К. : Знання, 2012. 206 с.
15. Чухно А. А. Сучасні економічні теорії : підручник. К. : Знання, 2007. 878 с.
16. Шевчук В. О. Міжнародна економіка: теорія і практика: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. К. : Знання-Прес, 2008. 663с.
17. Юрій С. І., Буя І. В., Березюк Р. М. та ін. Економічна теорія: політична економія: підручник / за заг. ред. С. І. Юрія. К. : Кондор, 2009. 604 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, проблемна);
- практичні заняття (дискусія, моделювання ситуацій);
- самостійна робота.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (комп'ютерне тестування; усне опитування; письмове опитування; розв'язування задач; контрольні роботи; заслуховування, обговорення та перевірка індивідуальних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Вища та прикладна математика.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. І.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Добровольська Н.В., к. пед. н., доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних систем.

5.6. Результати навчання. Формування системи знань з вищої математики, теорії ймовірностей та основ математичної статистики.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з математики рівня повної загальної середньої школи.

5.8. Зміст. Елементи лінійної алгебри. Матриці та операції над ними. Визначники, їх властивості. Системи лінійних рівнянь. Векторна алгебра. Аналітична геометрія на площині та у просторі. Теорія функції однієї змінної. Границі числових послідовностей та функції. Диференціальне числення. Функції багатьох змінних. Інтегральне числення функції однієї змінної. Диференціальні рівняння. Числові та степеневі ряди. Основні теореми теорій ймовірностей та їх

наслідки. Випадкові величини, їх характеристики. Закони розподілу випадкових величин. Елементи математичної статистики. Вибірковий метод. Предмет математичного програмування. Графічний метод розв'язування задач математичного програмування.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Барковський В. В, Барковська Н. В. Вища математика для економістів : навч. посібник. 5-те вид. К. : Центр учбової літератури, 2010. 448 с.
2. Валеев К. Г, Джалладова І. А. , С. В. Дегтяр. Вища математика для економістів : навч. посібник . К. : Знання, 2011. 287 с.
3. Васильченко І.П. Вища математика для економістів : підручник 3-тє вид., випр. і допов. К. : Знання, 2007. 454 с.
4. Жлуктенко В. І., Наконечний С. І. Теорія ймовірностей і математична статистика : навч.-метод. посібник. У 2 ч. Ч. І. Теорія ймовірностей. К. : КНЕУ, 2000. 304 с.
5. Мартиненко В.С. Збірник задач з вищої математики. Ч. 1 К. : КНТЕУ, 2000. 210 с.
6. Мартиненко В.С. Збірник задач з вищої математики. Ч. 2 К. : КНТЕУ, 2001. 220 с.
7. Ковальчук Т.В., Мартиненко В. С. Вища математика для економістів : підручник. Ч. 1 / . К. : КНТЕУ, 2005. 395 с.
8. Ковальчук Т.В., Мартиненко В. С, Денисенко В.І. Вища математика для економістів : підручник. Ч. 2 К. : КНТЕУ, 2007. 342 с.
9. Макаренко В.О. Вища математика для економістів : навч. посібник К. : Знання, 2008. 517 с.
10. Чубатюк В.М. Вища математика: навч. посібник. К. : Професіонал, 2006. 432 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій навчання:

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- лекції (традиційна; проблемна);
- практичні заняття (традиційні з ситуаційними завданнями).

Контроль знань:

- поточний (тестування; усне та письмове опитування; перевірка підготовленого ситуаційного завдання, тощо);
- підсумковий (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Екологія.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. І.

5.5. Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мазуркевич І.О., к. е. н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

5.6. Результати навчання. Формування системного уявлення про екологічні процеси та явища, які набувають особливих форм прояву та значення в розвитку суспільства; розуміння визначальних принципів і концептуальних підходів щодо економічної оцінки природних ресурсів; формування умінь і навичок аналітичної

інтерпретації сучасних екологічних тенденцій та їх прогресивних спрямувань; здобуття навичок аналізу інтегрованих показників стану навколишнього середовища та економічної ефективності природоохоронних заходів; уміння використовувати емпіричний та статистичний аналіз визначення стану міжнародного екологічного середовища з метою обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку екологічної індустрії.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Біологія».

5.8. Зміст. Біосфера, ноосфера та екологічні закони розвитку. Науково-технічний прогрес і природокористування. Система екологічного управління. Екологічне законодавство та нормативно-правове регулювання. Техногенне навантаження та екопсихологічна збалансованість розвитку суспільства. Екологізація економіки в контексті психологічних аспектів реалізації. Екологічна психологія та підприємництво. Екологічна безпека людства за умов глобалізації. Міжнародна екологічна діяльність і співробітництво.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Заверуха Н.М., Серебряков Ю.А., Скиба Ю.А. Основи екології: навч. посіб. Вид 2-ге. Київ : Каравела, 2011. 304 с.
2. Бохан А.В. Екологія : опорний конспект. Київ : КНТЕУ, 2012. 148 с.
3. Гавриленко О.П., Олійник Я.Б., Шищенко П.Г. Основи екології : підручник. Київ : Знання, 2012. 558 с.
4. Екологія : підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів за заг. ред. О.Є. Пахомова. Харків : Фоліо, 2014. 666 с.
5. Мальований М.С., Леськів Г.З. Екологія та збалансоване природокористування : навч. посіб. Херсон : Олді-плюс, 2014. 316 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядові, тематичні, проблемні), семінарські, практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій).

5.11. Методи оцінювання:

поточний контроль (тестування, усне та письмове опитування, перевірка ситуаційних завдань);

підсумковий контроль – письмовий екзамен.

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Психологія торгівлі.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Штифурак В.Є., д.пед.н., професор кафедри права.

5.6. Результати навчання. Засвоєння теоретичних основ психології торгівлі, методології вирішення проблем психології торгівлі; формування спрямованості на практичне вирішення психологічних завдань, пов'язаних зі сферою бізнесу і торгівлі; розуміння психологічних проблем у сфері торгівлі для здійснення системного організаційного консультування.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базаві знання з психології.

5.8. Зміст. Сутність, основні поняття, принципи та положення психології торгівлі. Психологія особистості працівника торгівлі та покупця. Психологічні особливості

діяльності в торгівлі. Психологічні фактори формування попиту на товари. Психологічні фактори процесу продажу. Психологічний вплив реклами на споживача. Психологічні особливості трудового колективу в торгівлі.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Малхазов О.І. Психологія праці: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 208 с.
2. Психологія торгівлі: опорний конспект лекцій / авт.: Н.А.Даниленко, Л.Л.Данілова. К. : КНТЕУ, 2011. 56 с.
3. Савельєва В.С. Організаційна поведінка: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
4. Ходаківський Є.І. Психологія управління: підручник. 3-тє вид., переробл. і допов. К.: Центр учбової літератури, 2011. 664 с.
5. Цимбалюк І.М. Психологія торгівлі: Навч. посібник. К : Професіонал, 2007. 368 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Теорія галузевих ринків.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гарбар В.А., к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє формуванню системи знань про сучасні напрями економічної теорії, вивчення базових концепцій, основних шкіл і методів дослідження галузевих ринків.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з економіки.

5.8. Зміст. Методологія дослідження галузевих структур. Класифікація та ознаки галузевих ринків. Аналіз конкурентного середовища на товарних ринках. Економічна ефективність та державне регулювання галузевих ринків. Фактори, що визначають структуру ринків. Процес злиття та поглинань на ринках. Бар'єри входження фірм на ринки. Стратегічна конкуренція фірм. Цінова дискримінація. Диференціація продукції. Стратегічна взаємодія фірм на ринку. Ринки природної монополії. Влада покупця та вертикальна інтеграція. Структура ринку, патенти та технологічні інновації.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Джуха В.М. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие. Ростов на Дону : Феникс, 2010. 253 с.
2. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков. Минск : Новое знание, 2003. 356 с.
3. Лебедев О.Т. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие. – Москва : Бослен, 2008. 528 с.

4. Пахомова Н.В. Экономика отраслевых рынков и политика государства : учебник. – Москва : Экономика, 2009. 815 с.
5. Розанова Н.М. Экономика отраслевых рынков : учеб. пособие. Москва : Издательство «Юрайт», 2011. 906 с.
6. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2008. 442 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Фізичне виховання.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2021.

5.4. Семестр. I, II, III, IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Пуздимір М.І., доцент кафедри фізичного виховання та спорту; Гуренко О.А., старший викладач кафедри фізичного виховання та спорту; Сальникова С.В., доцент кафедри фізичного виховання та спорту; Гринчук А.А., старший викладач кафедри фізичного виховання та спорту; Чехівська Ю.С., асистент кафедри фізичного виховання та спорту.

5.6. Результати навчання. Надання необхідного обсягу знань, умінь та навичок використання засобів фізичної культури і спорту для підтримки та зміцнення здоров'я у нинішній час та у майбутній трудовій діяльності.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. -

5.8. Зміст. Історія організації фізичної культури. Наукове обґрунтування фізичного виховання та спортивного тренування. Основи професійно-прикладної фізичної підготовки. Основи здорового способу життя студентів. Організація лікарського контролю та самоконтролю у процесі фізичного виховання. Гігієнічні основи фізичної культури та спорту. Гімнастика. Атлетична гімнастика. Баскетбол. Волейбол. Легка атлетика. Плавання. Рукопашний бій. Спеціальне медичне відділення. Настільний теніс. Бадмінтон. Дзюдо. Футбол. Аеробіка. Пауерліфтинг.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Присяжнюк С. І. Фізичне виховання : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2008. 504 с. Фізичне виховання в КНТЕУ : Збірник методичних матеріалів / Уклад. М.Ю. Короп та ін. К : КНТЕУ, 2000. 263с.
2. Фізичне виховання : навч. посібник / С. І. Присяжнюк, В. П. Краснов, М. О. Третьяков та ін. К. : Центр учбової літератури, 2007. 192с.
3. Чайченко Н. Л. Фізичне виховання. Самопідготовка : навч. посібник / Н. Л. Чайченко. К. : КНТЕУ, 2010. 192 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Практичні заняття та самостійна робота.

5.11. Методи оцінювання.

Контроль знань:

- поточний (тестування).

- підсумковий контроль (залік).

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва. Правознавство.

5.2 Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Киричук А.С., к.пед.н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. Засвоєння студентами основних теоретичних положень і понять національного права України, розуміння ними Конституції та чинного законодавства України, закономірностей побудови правової держави, формування в них високого рівня правової свідомості та правової культури, вміння тлумачити і правильно застосовувати нормативно-правові акти в практичній діяльності, грамотно оцінювати юридичні факти, вільно орієнтуватися в сучасному правовому полі.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з основ права рівня повної загальної середньої освіти.

5.8. Зміст. Основи теорії держави, загальне поняття права, норми права, джерела права, система права, реалізація права, поняття законності і правопорядку, правопорушення та юридична відповідальність, поняття цивільно-правових відносин та цивільного права, суб'єкти цивільного права, цивільно-правові правочини, представництво в цивільному праві, зобов'язальне право, шлюбно-сімейне законодавство, поняття трудового права і трудових правовідносин та підстави виникнення трудових правовідносин, припинення трудових правовідносин, правове регулювання робочого часу і часу відпочинку, трудова дисципліна, дисциплінарна та матеріальна відповідальність, правове регулювання трудових спорів, адміністративна відповідальність та інші заходи адміністративного примусу, загальне поняття кримінального права та кримінальної відповідальності.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кунченко-Харченко В.І. Правознавство: навч. посібник. К.: Кондор, 2011. – 474с.
2. Молдован В.В. Правознавство: навч. посібник. 2-ге вид. переробл. I допов. К.: Центр учбової літератури, 2010. 184с.
3. Основи правознавства: навч. посібник / за ред.. Ю.І. Крегула [Ю.І. Крегул, В.І. Орленко, І.В. Бризгалов, В.І. Батрименко, В.В. Ладиченко, В.А. погарченко, Т.М Дроздюк]. К: КНТЕУ, 2012. 406 с.
4. Основи правознавства: опорний конспект лекцій / авт.: В.А. Погарченко, Н.А. Плакся, О.В. Сердюченко. К.:КНТЕУ, 2011. 77с.
5. Основи правознавства: навч. посібник / Т.М. Барабаш, М.В. Глух, Т.В. Данченко та ін.. – К.: КНТ, 2009. – 408с.
6. Правознавство: підручник / А.І Берлач, С.С. Бичкова, Д.О. Карпенко та ін. 2-ге вид., допов. К.: Правова єдність, 2009. 792с.
7. Правознавство: опорний конспект лекцій. Ч. 1. / уклад. А.М. Гаврилук. Вінниця: Центр підготовки навчальних та науково-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2009. 87с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Категорії та систематика товарів у ритейлі.

5.2 Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Шарко В.В, к.е.н., доцент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва .

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє формуванню системи знань про сучасні способи та форми роздрібної торгівлі, вивчення базових концепцій ритейлу, систематики товарів у ритейлі та поняття ринку ритейлу.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Теорія галузевих ринків».

5.8. Зміст. Основні теорії та фундаментальні поняття сутності торгової точки та організації торгівлі. Історія розвитку ритейлу в світі. Правила розміщення (локації) підприємств роздрібної торгівлі. Класифікація мережевого ритейлу. Принципи та умови групування товарів постійного попиту. Принципи та умови групування товарів змінного попиту. Торгівельне обладнання та його класифікація. Торговий маркетинг у роздрібній торгівлі. Організація персоналу в ритейлі. Принципи та умови самообслуговування в ритейлі. Автоматизація обліку, закупівлі та зберігання товарів. Оптимізація логістики та торговельних площ.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бакунов О. О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку: монографія. Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2012. 184 с.
2. Голошубова Н. О. Організація і технологія торгівлі спожитковими товарами: Навчальний посібник. К. 2007. 272 с.
3. Кавун О.О. Формування корпоративних торговельних мереж у роздрібній торгівлі України. *Актуальні проблеми економіки*, 2005. № 9(51). С. 91-97.
4. Корольков І. І. Організація торгівлі в зарубіжних країнах. К. 1991. 121 с.
5. Мазаракі А. А. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія. К.: КНТЕУ. 2006. 195 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Естетика.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Красніцька Г.М., к. і. н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. Формування у студентів послідовної системи знань у всебічному розвитку особистості, як культурно освіченої людини з розвинутими діловими потребами. Основними завданнями курсу є вивчення основних принципів, форм і методів навчального процесу про суть етики, її роль у формуванні особистості та розвитку суспільства, систематизувати знання студентів з теорії та історії етики, засвоїти необхідні для духовного розвитку культурні цінності, стати активним учасником культурного процесу в сучасному суспільстві.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія української культури», «Діловий етикет», «Філософія», «Етика бізнесу».

5.8. Зміст. Естетика як навчальна дисципліна. Етика – підґрунтя сучасного бізнесу. Корпоративна етика. Естетичні основи ділових відносин . Етика та етикет. Організація й проведення ділових заходів: стандарти естетики. Естетика та суспільство.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Абрамович С.Д. Мовленнєва комунікація: Підручник / С.Д. Абрамович, М.Ю. Чікарькова. К: Центр навчальної літератури, 2015 472 с.

2. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та естетика ділової комунікації: Навч. посібник, 2-ге вид., переробл. і допов. К: АртЕк, 2016. 208 с.

3. Вознюк Н.М. Естетика: Навч. посібник; перекл. З укр. М.Є. Люлько, О.А. Лященко. К.: Центр учбової літератури, 2016. 212 с.

4. Галушко В.П. Діловий протокол та ведення переговорів: Навч. посібник / В.П. Галушко. 1-е вид. Вінниця: НОВА КНИГА, 2017 226 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, проблемна);
- практичні заняття (традиційні з моделювання ситуацій, ділова гра).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування, перевірка підготовленого завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва: Історія України.

5.2. Тип: За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Стопчак М. В., д.і.н., професор кафедри права.

5.6. Результати навчання. Сформувані історичне мислення, вміння визначати, доводити та відстоювати власну точку зору; аналізувати та використовувати теоретичні положення у практичній діяльності.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. немає.

5.8. Зміст. Предмет української історії. Доісторичне минуле України. Україна - Русь (IX - перша половина XIV т.). Литовсько-польська доба української історії (друга половина XIV - перша половина XVII ст.). Козацтво в історії України (II половина XVII-XVIII ст.). Україна у складі Російської та Австро-Угорської імперій (кінець XVIII - початок XX ст.). Боротьба за відродження державності України (1917-1920 рр.). Україна в умовах становлення комуністичного режиму. Україна у Другій Світовій війні та першому повоєнному десятиріччі (1939-1955 рр.). Україна у 60 – 80-ті роки XX ст. Розвиток незалежної України.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Грушевський М.С. Ілюстрована історія України. К., 1992.
2. Бойко О.Д. Історія України: Навч. посіб. 2-ге вид. К., 2002.
3. Історія України / Під ред. В.А. Смолія. К., 2002.
4. Крип'якевич І.П. Історія України . Львів, 1992.
5. Полонська-Василенко Н.Д. Історія України: У 2-х т. К., 1993.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Історія української культури.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2021.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Красніцька Г.М., к.і.н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. уміти аналізувати об'єкт, предмет і методи української культурознавчої науки, її понятійно-категоріальний апарат, здійснювати теоретичний аналіз українського культурно-історичного процесу.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з історії України рівня повної загальної середньої школи.

5.8. Зміст. Історія української культури як навчальна дисципліна. Витоки української культури. Історичні етапи розвитку української культури. Культура Київської Русі та Галицько-Волинського князівства (IX - середина XIV ст.). Українська культура литовсько-польської доби (середина XIV - перша половина XVII ст.). Українська культура доби козацько-гетьманської держави. Українське бароко (друга половина XVII - середина XVIII ст.). Культура України в часи пробудження української національної свідомості (друга половина XVIII - початок XX ст.). Українська культура та духовне життя на початку XX ст. Провідні тенденції розвитку сучасної української культури. Модерн і постмодерн.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Висоцький О.Ю. Історія української культури : навч. посіб. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2012. 130 с.

2. Гаврюшенко О., Шейко В., Тишевська Л. Історія культури : навч. посіб. К. : Кондор, 2012.
3. Калапчук С., Остафійчук В., Горбань Ю. Історія української та зарубіжної культури: навч. посіб. 5-те вид., перероб. і допов. К. : Знання-Прес, 2004. 358 с.
4. Шейко В., Білоцерківський В. Історія української культури. К. : Знання, 2009. 413 с.
5. Шейко В., Тишевська Л. Історія Української культури. К.: Знання, 2012 264 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1 Назва. Культурна спадщина України.

5.2 Тип. За вибором.

5.3 Рік навчання. 2019/2020.

5.4 Семестр. II.

5.5 Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Чорна Н.М., д. іст. наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

5.6 Результати навчання. Формування системи знань про національну історико-культурну спадщину України, про основні досягнення вітчизняної культури, засвоєння загальнолюдських та національних культурних цінностей, збагачення духовного світу, формування моральних і естетичних потреб та здатності зберігати і охороняти культурну спадщину України.

5.7 Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Необхідні знання української історії та світової культури.

5.8 Зміст. Витоки української культури. Культура Київської Русі (IX – XIV ст.). Високе середньовіччя у розвитку української культури (XIV

– перша пол. XVII ст.). Розвиток романського стилю, Готики та Ренесансу в українській культурі. Українська культура доби бароко (друга пол. XVII – XVIII ст.). Культурні процеси доби становлення української модерної нації (XIX ст.). Романтична та реалістична традиції та їх особливості в українській культурі. Модерні культурні явища (1890-1921 рр.). Український авангард. Культуротворчі процеси в Україні (1922-1991 рр.). Культурні трансформації в незалежній Україні.

5.9 Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Білоцерківський В.Я., Шейко В.М. Історія української культури : навч. посіб. Київ : Знання, 2013. 271 с.
2. Історія української культури : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.І. Кулагін, Ю.Г. Бадах, Н.А. Латигіна та ін. Київ : КНТЕУ, 2013. 628 с.
3. Історія світової та української культури : підручник для вищ. закл. освіти / Режко В.А., Кушнерук В.А., Чорний І.В., Греченко В.А. Київ : Літера, 2010. 480 с.
4. Герман Л., Балашова О. Искусство украинских шестидесятников. Київ : Основи, 2015. 384 с.
5. Історія української літератури: в 12 т. Т.1.-Т.4. К.: Наукова думка, 2014.

5.10 Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням новітніх інтерактивних засобів, презентації, круглі столи, конкурси, творчі вечори, олімпіади.

5.11 Методи оцінювання:

- поточний контроль – комп'ютерне тестування, опитування;
- підсумковий контроль – екзамен письмовий.

5.12 Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Національні інтереси в світовій геополітиці та геоekonomіці

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Давидюк Л.П., к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: розуміння національних інтересів держав у різних регіонах світу в умовах глобалізації; з'ясування механізмів реалізації геополітичних та геоekonomічних інтересів; розуміння основних тенденцій сучасних світових процесів та рушійні чинники, що впливають на політичну і економічну діяльність держав як на світовій арені, так і в межах географічно визначених регіонів; тлумачення основних термінів, які вживаються при аналізі національних інтересів в світовій геополітиці та геоekonomіці; аналізувати та оцінювати геополітичне та геоekonomічне положення окремих держав світу; визначати сутність геополітичних та геоekonomічних інтересів держав; виявляти фактори, що впливають на зовнішньополітичну та зовнішньоекономічну діяльність держав; визначати головні напрями геостратегії держав на міжнародній арені; оцінювати геополітичні та геоekonomічні інтереси України; прогнозувати перспективи реалізації геостратегічних векторів зовнішньої політики України.

5.7.Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія».

5.8. Зміст. Вступ до курсу «Національні інтереси в світовій геополітиці та геоekonomіці». Світовий геополітичний та геоekonomічний простір. Формування основних шкіл геополітики та геоekonomіки. Провідні актори глобальної економіки. Геополітичні та геоekonomічні інтереси держав Європи. Геополітичні та геоekonomічні інтереси України. Геополітичні та геоekonomічні інтереси США. Геополітичні та геоekonomічні інтереси країн Латинської Америки. Геополітичні та геоekonomічні інтереси держав Східної, Південно-Східної та Південної Азії. Геополітичні та геоekonomічні інтереси у відносинах близькосхідних держав. Геополітичні та геоekonomічні інтереси держав Африки. Регулятивні механізми глобальної економіки

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ашенкамф Н. Н., Погорельская С. В. Современная геополитика: Учеб. пособие. М.: Академ, проект; 2005. 207 с.
2. Василенко И. А. Геополитика современного мира: Учеб. пособие. М.: Гардарики; 2006. 317 с.
3. Гаджиев К. С. Введение в геополитику: Учебник. М.: Логос; 2003. 432 с.

4. Геооекономічні сценарії розвитку і Україна. Монографія. К.: Академія; 2010. 236 с.
5. Геополітика: енциклопедія / Є.М. Суліма та ін. К.: Знання України; 2013. 919 с.
6. Геополітика: Підручник / А. І. Кудряченко, Ф. М. Рудич, В.О. Храмов. К.: МАУП; 2004. 296 с.
7. Ігнат'єв П.М., Геополітичні та геооекономічні інтереси у світовій політиці. Чернівці-Київ: Книги – XXI; 2014. 364 с.
8. Кудряченко А.І. Геополітика: навчальний посібник / А.І. Кудряченко, Ф.М. Рудич, В.М. Храмов. Київ: МАУП; 2004. 296 с.
9. Кузь О. М. Геополітика. Харків : Вид. ХНЕУ; 2008. 180 с
10. Мадіссон В. Сучасна українська геополітика: Навч. посібник. / В. Мадіссон, В. А. Шахов. К.: Либідь; 2003. 176 с.
11. Суліма Є. М. Глобалістика : підручник / Є. М. Суліма, М. А. Шепелєв. К. : Вища школа; 2010. 544 с

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, проблемна);
- практичні заняття (дискусія, моделювання ситуацій).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, перевірка індивідуальних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Ораторське мистецтво

5.2 Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр II

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Замкова Н.Л., д.філос.н., професор кафедри права.

5.6. Результати навчання. Формування у студентів системного, цілісного уявлення про основні закони риторики як науки, спрямованої на розвиток інтелекту, та культури мовлення майбутнього фахівця. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання та навички з етики бізнесу, філософії, історії української культури, психології.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. –

5.8. Зміст. Предмет і завдання риторики. Риторика як теорія мовлення. Красномовство. Основи ораторської майстерності. Оратор і аудиторія. Публічний виступ. Фігури публічного виступу. Основи техніки мовлення у публічному виступі. Доказ та обґрунтування у публічному виступі.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Єлісєнко Ю.П. Ораторське мистецтво. Постановка голосу й мовлення: навч. посібник / Ю.П. Єлісєнко. К. : Атіка, 2008. 204 с.
2. Кацавець Р. С. Ораторське мистецтво : підручник. / Р. С. Кацавець. К.: Алерта, 2014. 238 с.
3. Олійник О. Риторика : навч. посіб. для студ. вузів / О. Олійник. К. : Кондор, 2009. 170 с.

4. Ораторське мистецтво : навч.-метод. посіб. / І.М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін.; за ред. І. М. Плотницької, О.П. Левченко. 2-ге вид., стер. К. : НАДУ, 2011. 128 с.
5. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н.П. Осипова та ін.; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. - 2-ге вид. - Х. : Право, 2015. 208 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

5.11. Методи і критерії оцінювання:

- поточний контроль - опитування, колоквиуми, тестування;
- підсумковий контроль - екзамен письмовий.

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва. Релігієзнавство

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік. 2019-2020

5.4. Семестр. II

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Маскевич О.Л., к.філос.н., старший викладач кафедри права.

5.6. Результати навчання. Формування у студентів системних знань в галузі релігієзнавства, навичок комплексного (теоретичного та історичного) наукового аналізу феноменів релігії і вільнодумства; розвиток світоглядних і духовно – моральні ціннісних орієнтацій, культури релігійної толерантності; підготовка студентів для самостійного орієнтування в умовах вільного вибору, пізнання соціокультурних особливостей різних країн і народів.

5.7. Обовязкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія».

5.8. Зміст. Релігієзнавство як наука. Сутність і соціальна природа релігії. Ранньоісторичні форми релігії. Національні релігії світу. Буддизм: основи віровчення та культ. Виникнення та еволюція християнства. Іслам: особливості віровчення і культу. Історія релігії в Україні.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси, засоби.

1. Академічне релігієзнавство: Підручник / За наук. ред. А. М. Колодного. К., 2000.
2. Вебер М. Хозяйственная этика мировых религий // Религиоведение: Хрестоматия. М., 2000.
3. Велесова книга: ритм. пер. укр. мовою, дослідження та рецензії Б. Яценка; рос. мовою – В.Яценка. К., 2004.
4. Гнатюк В. Нарис української міфології. Львів, 2000.
5. Головащенко С. І. Біблієзнавство. Вступний курс: Навч. посіб. К., 2001.
6. Гудима А. М. Релігієзнавство: Навч. посібник. Тернопіль, 2000.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична проблематика);
- практичні заняття з моделюванням ситуацій).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування; перевірка підготовленого завдання тощо);
- підсумковий контроль (залік).

5.12. Мова викладання. Українська.

5.1. Назва. Світова культура.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Чорна Н.М., д.іст.н., проф. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

5.6. Результати навчання Формування системи знань про світовий культурний процес, про основні досягнення світової художньої культури та мистецтва, засвоєння загальнолюдських культурних цінностей, збагачення духовного світу людини, формування її моральних і естетичних потреб.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Студенти повинні знати світову історію на базі середньої школи.

5.8. Зміст. Виникнення культури та мистецтва в первісному суспільстві. Культура і мистецтво Стародавнього Світу. Антична культура та мистецтво. Арабська культура та мистецтво. Середньовічна культура. Культура та мистецтво доби Відродження. Західноєвропейська культура та мистецтво XVII-XVIII ст. Західноєвропейська культура та мистецтво XIX ст. Провідні тенденції та особливості розвитку культури XX – початку XXI століття.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Багацький В.В., Кормич Л.І. Культурологія: історія і теорія світової культури XX ст. Київ : Кондор, 2007. 302 с.
2. Історія світової та української культури : підручник для вищих закладів освіти / Греченко В.А., Чорний І.В., Кушнерук В.А., Режко В.А. Київ : Ліера ЛТД, 2007. 464 с.
3. Культурологія: українська та зарубіжна культура : навч. посіб. / Закович М.М., Зязюн І.А. Семашко та ін. ; за ред. М.М. Заковича. Київ : Знання, 2007. 567 с.
4. Романенкова Ю.В. Історія пластичних мистецтв : навч. посіб. Київ : Книжкове вид-во НАУ, 2008. 376 с.
5. Яртись А.В., Мельник М.В. Лекції з історії світової та вітчизняної культури. Львів : Світ, 2008. 568 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

5.11. Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування);
- підсумковий контроль – письмовий екзамен.

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва: Філософія.

5.2. Тип: За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бичков М.М., канд. філос. наук, доцент кафедри права; Маскевич О.Л., канд. філос. наук, старший викладач кафедри права.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: уміти критично аналізувати різного виду догми, стереотипи і шаблони; поєднувати теоретичні положення з проблемами реальної дійсності, практичної діяльності.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія України», «Історія української культури»;

5.8. Зміст: Філософія як універсальний тип знань. Онтологія. Філософське розуміння світу. Філософська антропологія. Філософія людини. Філософія свідомості. Гносеологія. Філософія пізнання. Діалектика – всезагальна теорія розвитку. Філософія суспільства. Філософія економіки. Філософія моралі. Філософія релігії. Філософія культури. Філософія цивілізації.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1.Льїн В.В., Кулагін ЮЛ. Філософія: Підручник в 2 ч. Ч.І. Історія розвитку філософської думки. К.: Альтерпрес, 2002. 464 с; Ч.П. Актуальні проблеми сучасності. К.: Альтерпрес, 2002. 480 с.

2.Філософія: Навч. посіб. / За ред. І.Ф. Надольного. К.: Вікар, 2001. 457 с.

3. Петрушенко В.Л. Філософія: Курс лекцій: Навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і допов. Л.: Новий Світ - 2000, 2005. 506 с.

4. Подольська Є.А. Філософія. Підручник. К.: Центр навч. л-ри, 2006. 704 с.

5. Касьян В.І. Філософія: Навч. посіб. К.: Знання, 2004. 406 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);

- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Категорійний менеджмент.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/20.

5.4. Семестр. II

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бабчинська О.І., к.геогр.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування.

5.6.Результати навчання. формування у майбутніх фахівців компетентності щодо базових принципів, основних категорій, сучасної концепції, теоретичних положень і практичних методів управління товарними категоріями на підприємствах.

5.7.Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія».

5.8.Зміст. Вступ до категорійного менеджмент. Особливості впровадження категорійного менеджменту. Нова посада категорійний менеджер. Необхідність змін організаційної структури. Структурування асортименту товарів. Стратегія і тактика управління асортиментом. Цінова політик. Прогнозування попиту.

Формування категорій в асортименті. Балансування асортименту товару. Розподіл торгових площ між категоріями.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Білявська Ю. Категорійний менеджмент: сьогодення, постулати та філософія. *Логістика: проблеми і рішення*. 2018. № 2. С. 16–23.

2. Манишин Д. Кто такой категорийный менеджер? *Логістика: проблеми і рішення*. 2018. № 2. С. 42–45.

3. Пустовит И. Логістика для категорийного менеджмента. *Логістика: проблеми і рішення*. 2018. № 2. С. 30–33.

4. Ильченко И. Новые подходы к категорийному менеджменту. *Логістика: проблеми і рішення*. 2018. № 2. С. 26–29.

5. Потапова Н. Применение категорийного менеджмента должно основываться на объективной необходимости. *Логістика: проблеми і рішення*. 2018. № 2. С. 40–41.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція із заздалегідь запланованими помилками);

- практичні заняття (тренінг, презентація, дискусія, моделювання ситуацій, «мозкова атака», тренажерні завдання, робота в малих групах, кейси).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка огляду, конспекту, презентації, вправи, задачі, ситуаційні завдання тощо)

- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Основи підприємництва.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ткачук О.М., д.е.н., професор кафедри економіки та міжнародних відносин.

5.6. Результати навчання. Оволодіння здобувачами знаннями з теорії підприємництва; формування системи знань, спрямованих на оптимізацію управління, активізацію підприємницької діяльності в Україні, усвідомлення ролі підприємництва та ділової культури для сталого розвитку країни.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія».

5.8. Зміст. Зміст підприємницької діяльності. Місце підприємництва у суспільстві. Види підприємництва. Зовнішнє середовище підприємницької діяльності. Етична та соціальна відповідальність підприємництва. Організаційні форми підприємництва. Процес створення підприємства та характеристика його етапів. Ризик підприємницької діяльності. Планування підприємницької діяльності. Кар'єра у бізнесі. Бізнес-культура в підприємницькій діяльності.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ткачук О. М. Бізнес-культура: Навч. посібник. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2013. 212 с.

2. Герасименко А.Г. Аналіз і контроль концентрації суб'єктів господарювання: підручник. Київ: КНТЕУ, 2012. 484 с.
3. Основи підприємництва : опорний конспект лекцій / уклад. О. М. Ткачук. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. 88 с.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 728 с.
5. Мороз О. М. Теоретичні основи концептуального розвитку регіональної економіки малого та середнього бізнесу : монографія / За ред. І. С. Ткаченка. Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2007. 300с.
6. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Ліра-К, 2013. 497 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, індивідуальне завдання);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Статистика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Сегеда С. А., к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування.

5.6. Результати навчання. Здобуття студентами необхідних знань та умінь самостійно формувати та обробляти інформаційну базу, здійснювати статистичний аналіз, творчо використовувати отримані результати у подальшому прийнятті управлінських рішень.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Вища та прикладна математика», «Економічна інформатика», «Основи підприємництва».

5.8. Зміст. Предмет, методологія та завдання статистики. Організація статистичних спостережень. Статистичне зведення та групування. Статистичні таблиці та графіки. Абсолютні, відносні та середні статистичні величини. Показники варіації. Вибіркове спостереження. Кореляційно-дисперсійний аналіз ознак, що досліджуються. Статистичне вивчення динамічних рядів. Індекси та їх використання в економіко-статистичних дослідженнях.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Горкавий В.К. Статистика: навч. посібник. 2-ге вид., переробл. і допов. К.: Алерта, 2012. 608 с.
2. Опря А.Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань): навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.
3. Мармоза А.Т. Теорія статистики: підручник для студентів вищих навчальних закладів. 2-ге вид., переробл. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2013.
4. Ткач Є.І. Загальна теорія статистики: Підручник. 3-тє видання. К.: Центр учбової літератури, 2009. 442 с.

5. Лугінін, О.Є. Статистика: Підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. К.: Центр учбової літератури, 2007. 608с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Менеджмент.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/21.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Лозовський О. М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування, Іванченко Г. В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та адміністрування,

5.6. Результати навчання. Формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями, набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття і реалізації управлінських рішень.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство», «Соціологія», «Економічна теорія» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Управлінські відносини як предмет вивчення менеджменту. Цілі та завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах. Розвиток теорії і практики менеджменту. Історія розвитку менеджменту. Розвиток управлінської науки в Україні. Організація як об'єкт управління. Загальні риси організації. Організація як відкрита динамічна система. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Імідж підприємства. Культура організації. Типи організацій в Україні. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Класифікація принципів менеджменту. Функції та технологія менеджменту. Класифікація функцій менеджменту. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих функцій. Планування як функція менеджменту. Сутність організації як управлінської функції, її основні аспекти. Мотивування як загальна функція менеджменту. Сутність і елементи управлінського контролювання. Регулювання як функція менеджменту. Організація взаємодії та повноважень. Сутність методів менеджменту та їх класифікація. Розробка та ухвалення управлінських рішень. Інформація і комунікації у менеджменті. Управління колективом. Управління конфліктами та стресами. Керівництво і лідерство. Культура управління. Управління персоналом. Організація управлінської праці. Ефективність управління.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Дудар Т.Г., Р.В. Волошин. Менеджмент : навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 336 с.

2. Дяченко Т. О. Основи менеджменту: навч. посібник. К.: Кондор, 2010. 176 с.

3. Г. Є. Мошек, Ю. В. Поканевич, А. С. Соломко, А. В. Семенчук Менеджмент: навч. посібник. К.: Кондор, 2009. 392 с.

4. С. І. Михайлов, Т. І. Балановська, О. С. Степасюк. Менеджмент: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2012. 536 с.
5. Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко. Менеджмент: підручник. К.: Кондор, 2012. 758 с.
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс, 2008. 672 с.
7. Осовська Г.В. Основы менеджменту: навч. посібник. К.: Кондор, 2010. 368 с.
8. Рульєв В. А. Менеджмент: навч. посібник К.: Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
9. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент: підручник, 2-ге вид., випр., допов. К.: Академвидав, 2010. 472 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція із задалегідь запланованими помилками);
- практичні заняття (тренінг, презентація, дискусія, моделювання ситуацій, «мозкова атака», тренажерні завдання, робота в малих групах, кейси).

5.11. Методи і критерії оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка огляду, конспекту, презентації, вправи, задачі, ситуаційні завдання тощо)
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1 Назва. Товарознавство. Непродовольчі товари.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Сіренко С.О., к.т.н., доцент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва; Лояніч Г.С., к.т.н., доцент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва.

5.6. Результати навчання. У результаті вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні знати основні поняття і категорії у сфері товарознавства непродовольчих товарів; основні системи класифікації товарів; взаємозв'язок формування якості товарів з сировинними матеріалами та сучасними технологіями виробництва; споживні властивості та асортимент окремих груп непродовольчих товарів.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія».

5.8. Зміст. Теоретичні основи товарознавства непродовольчих товарів. Товари з пластичних мас. Товари побутової хімії. Парфумерно-косметичні товари. Меблеві товари. Будівельні товари. Скляні товари. Керамічні товари. Металогосподарчі товари. Текстильні товари. Швейні та трикотажні товари. Взуттєві товари. Хутрово-хутряні вироби. Побутові електротехнічні товари. Товари культурно-побутового призначення. Ювелірні товари.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Зрезарцев М. П. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посібник / М. П. Зрезарцев, В. М. Зрезарцев, В.П. Параніч. К. : Центр учбової літератури, 2009. 328 с.

2. Михайлов В. І. Непродовольчі товари : Підручник / В. І. Михайлов, Т. Г. Глушкова, О. І. Зельніченко. К : Книга, 2005. 556с.
3. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посібник / Л. О. Радченко, Л. Д. Льовшина, М. П. Головка та ін. Х. : Світ Книг, 2013. 943 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, лабораторні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Дипломатичний та діловий протокол та етика.

5.2. Тип. За вибором

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Красніцька Г.М., к. і. н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. Формування у студентів послідовної системи знань, певних форм і методів навчального процесу про суть етикету людства, його роль у формуванні особистості та розвитку суспільства, оволодіти базовими знаннями теоретичних засад розвитку етикету як соціокультурного феномену, засвоїти основні поняття і моделі етикетної ділової поведінки.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія української культури», «Філософія».

5.8. Зміст. Предмет і завдання навчальної дисципліни. Історія виникнення етикету. Теоретичні засади розвитку етикету як соціокультурного феномену. Діловий етикет як – складова корпоративної культури. Етикет мовного спілкування. Конфлікти, шляхи їх попередження та розв'язання. Особливості дотримання ділового етикету із закордонними партнерами.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гриценко Т.Б., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф. Етика ділового спілкування. К., 2016.
2. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин. К.,2016.
3. Стахів М. Український комунікативний етикет. К., 2016.
4. Стоян Т.А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посіб. К.: Центр навч. літ., 2016. 232 с.
5. Тимошенко Н.Л. Діловий етикет. К., 2017.
6. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. К., 2017.
7. Шеломенцев В.М. Етикет і сучасна культура спілкування / В.М. Шеломенцев. 2-е вид. К.: Лібра, 2017. 416 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, проблемна);
- практичні заняття (традиційні з моделювання ситуацій, ділова гра).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування, перевірка підготовленого завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва. Етика бізнесу.

5.2. Тип. За вибором

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Красніцька Г.М., к. і. н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. Формування у студентів послідовної системи знань у всебічному розвитку особистості, як культурно освіченої людини з розвинутими діловими потребами. Основними завданнями курсу є вивчення основних принципів, форм і методів навчального процесу про суть етики, її роль у формуванні особистості та розвитку суспільства, систематизувати знання студентів з теорії та історії етики, засвоїти необхідні для духовного розвитку культурні цінності, стати активним учасником культурного процесу в сучасному суспільстві.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія української культури», «Філософія».

5.8. Зміст. Етика бізнесу як навчальна дисципліна. Етика – підґрунтя сучасного бізнесу. Корпоративна етика. Етичні основи ділових відносин у бізнесі. Етика та етикет. Організація й проведення ділових заходів: стандарти етикету. Етикет у міжнародних ділових стосунках.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Абрамович С.Д. Мовленнєва комунікація: Підручник / С.Д. Абрамович, М.Ю. Чікарькова. – К: Центр навчальної літератури, 2015. 472 с.

2. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: Навч. посібник. 2-ге вид., переробл. і допов. К: АртЕк, 2016. 208 с.

3. Вознюк Н.М. Етика бізнесу = КМ.: навч. посібник / Н.М. Вознюк; перекл. З укр. М.Є. Люлько, О.А. Лященко. К.: Центр учбової літератури, 2016. 212 с.

4. Галушко В.П. Діловий протокол та ведення переговорів: Навч. посібник. 1-е вид. Вінниця: НОВА КНИГА, 2017. 226 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, проблемна);
- практичні заняття (традиційні з моделювання ситуацій, ділова гра).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування, перевірка підготовленого завдання тощо);
- підсумковий контроль

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1 Назва. Політологія

5.2 Тип. За вибором.

5.3 Рік навчання. 2020/2021.

5.4 Семестр. III.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Бичков М.М. к.філос.н., доцент кафедри права; Маскевич О.Л., к.філос.н., старший викладач кафедри права.

5.6 Результати навчання. Орієнтуватися в політичному просторі; володіти навичками політичної культури, застосовувати набуті знання у своїй професійній та громадській діяльності.

5.7 Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія України», «Філософія», «Соціологія»;

5.8 Зміст. Політика і наука про політику. Основні віхи світової і вітчизняної думки про політику. Політична влада. Політична еліта і політичне лідерство. Політична система суспільства. Держава як інститут політичної системи суспільства. Політичні партії, громадсько-політичні об'єднання та рухи. Політична культура і політичні ідеології. Політичні процеси. Міжнародна політика.

5.9 Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Гелей С.Д. Політологія : навч. посіб. 7-ме вид., перероб. і допов. – К. : Знання, 2008. 415 с.

2. Горлач М.І. Політологія: наука про політику : підруч. для студ. вузів / М.І. Горлач, В.Г. Кремень. К. : ЦУЛ, 2009. – 840 с.

3. Кирилюк Ф.М. Новітня політологія : навч. посіб. для студ. вузів / Ф.М. Кирилюк ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К. : ЦУЛ, 2009. 564 с.

4. Кравчук Л.В. Політологія : семінар / Л.В. Кравчук, С.Л. Кравчук. Вид. 2-е, доп. – Тернопіль : Навчальна книга: Богдан, 2012. 208 с.

5. Цюрупа М.В. Основи сучасної політології : підруч. для студ. вузів / М.В. Цюрупа, В.С. Ясинська. К. : Кондор, 2009. 354 с.

6. Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія : підручник / П.П. Шляхтун. К. : Центр учбової літератури, 2010. 472 с.

5.10 Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11 Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Психологія.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Штифурак В.Є., д.пед.н., професор кафедри права.

5.6. Результати навчання. Опанування основ психології - психології особистості, діяльності, спілкування, конфліктології взаємовідносин та взаємостосунків, елементів психологічного забезпечення професійної діяльності для розвитку професійної компетентності, ініціативи, творчого ставлення до праці, психологічної культури.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія», «Соціологія»

«Історія України», «Діловий етикет», «Історія української культури» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Предмет, структура та методи сучасної психології. Розвиток психіки і свідомості. Особистість та шляхи її формування. Індивідуально-типологічні особливості особистості. Пізнавальна сфера особистості. Емоційно-вольова сфера особистості. Соціальні групи. Психологія спілкування. Стратегії конструктивного вирішення конфліктів. Психологія сімейних стосунків.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Загальна психологія: навч. посібник / О. П. Сергеєнкова, О. А. Столярчук, О. П. Коханова, О. В. Пасека. К. : Центр учбової літератури, 2012. 296 с.
2. Іванова О. В. Психологія: вступ до спеціальності: навч. посібник / О. В. Іванова, Л. М. Москалюк, С. І. Корсун. К. : Центр учбової літератури, 2013. 184 с.
3. Максименко С.Д. Загальна психологія : навч. посібник / С. Д. Максименко. 3-ге вид., перероб. та допов. К. : Центр учбової літератури, 2008. 272 с.
4. Павелків Р. В. Загальна психологія : підручник / Р. В. Павелків. 3-тє вид., допов. К. : Кондор, 2009. 576 с.
5. Психологія: навч. посібник / О. В. Винославська, О. А. Бреусенко-Кузнецов, В. Л. Зливков та ін.; за ред. О.В. Винославської. 2-ге вид., перероб. та допов. К. : ІНКОС, 2009. 390 с.
6. Психологія: опорний конспект лекцій: освіт.-кваліф. рівень "бакалавр": галузь знань 0305 "Економіка та підприємництво": напр. підгот. 6.003057 "Маркетинг" : проф. спрям. "Маркетинг на ринку товарів та послуг" / авт. Н. П. Статінова. К.: КНТЕУ, 2013. 88 с.
7. Столяренко О.Б. Психологія особистості : навч. посібник / О. Б. Столяренко. К. : Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
8. Тодорова І.С. Психологія і педагогіка [Електронний ресурс] / І. С. Тодорова, В. І. Павленко. 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). К. : Центр учбової літератури, 2011. 1 електрон. опт. диск. Загол. з титул. екрану.
9. Тодорова І. С. Психологія і педагогіка : навч. посібник / І. С. Тодорова, В. І. Павленко. К. : Центр учбової літератури, 2011. 228 с. + CD.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Соціальне лідерство

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Слободиська О.А., к.і.н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. Після вивчення дисципліни студенти повинні знати: дихотомічну соціально-психологічну природу феномена лідерства; типологію

типів та стилів соціального лідерства; особливості впливу національної культури на феномен соціального лідерства; особливості соціального лідерства в політиці, у науці та освіті, в системі виробництва, в сімейних відносинах; специфіку взаємодії в процесі проведення соціальних досліджень. На основі цих знань повинні бути сформовані уміння: виявляти ціннісні та етичні підстави лідерства; поєднувати ораторське мистецтво, уміння переконувати у контексті соціального лідерства; підтримувати професійні контакти між дослідницькими центрами, соціальними установами, міжнародними фахівцями на засадах рівності та співробітництва; застосовувати комплексний підхід до оптимізації управління взаємодією окремих елементів соціальної сфери (соціальних спільнот, груп ризику тощо); володіти організаторськими здібностями, високою загальною культурою.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Соціологія», «Політологія».

5.8. Зміст. Поняття соціального лідерства. Особистісний компонент лідерства. Соціальна природа лідерства. Типологія і стилі лідерства. Зв'язок лідерства з ораторським мистецтвом. Соціальні проекти та управління ними. Планування та реалізація соціальних проектів. Соціальні дослідження в громадській роботі.

9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Адаир Дж. Эффективное лидерство./ Адаир Дж. М.: Изд-во. Эксмо, 2003. 220 с

2. Адизес И. Развитие лидеров: Как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей [Текст] / Ицхак Кальдерон Адизес; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

3. Беннис У. Как становятся лидерами. Менеджмент нового поколения /У. Беннис, Р.Дж. Томас. М.: Вильяме, 2006. 325с.

4. Берн Э. Лидер и группа. О структуре и динамике организаций и групп. \ Э берн. -Екатеринбург: Литур, 2000. 140 с.

5. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених / Олена Богдан; консультант-рецензент Володимир Паніотто. К.: Дух і Літера, 2015. 380 с.

6. Головешко Б.Р. Соціальні функції лідерства і його роль у професійній діяльності сучасного спеціаліста з інформаційних технологій. Гриженко Л.В. Лідерство як соціальний феномен. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?...

7. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон ; перевод с франц. М. Шнайдера. СПб : Издательство «Макет», 2005. 460 с.

8. Паніна Н. В. Технологія соціологічного дослідження: курс лекцій / Наталія Вікторівна Паніна; наук. ред. В. І. Паніотто; НАН України, Інститут соціології, Вища школа соціології. 2-ге вид., доповнене. К., 2007. С. 51-86 .

9. Статистичний аналіз соціологічних даних / В. І. Паніотто, В. С. Максименко, Н. М. Харченко. – К.: Вид. дім «КМ Академія», 2004. 270 с

10. Чурилов М. М. Вибірка в соціологічному дослідженні // Соціологія: навч. посіб. / За ред. С. О. Макеєва. 4-те вид, перероб. і доп. К.: Т-во «Знання», КОО, 2008. С. 463-483.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (тематична, проблемна);

– практичні заняття (традиційні з моделювання ситуацій, ділова гра).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування, перевірка підготовленого завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва. Соціологія

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Слободиська О.А., к.і.н., доцент кафедри права .

5.6. Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студент повинен сформулювати наступні компетентності: *знати* предмет, структуру, функції, категоріальний апарат дисципліни; сутність основних концепцій розвитку суспільства; основні етапи розвитку світової та української соціології; сучасні тенденції розвитку соціологічної думки. *Вміти*: синтезувати і застосовувати набуті знання при аналізі складних соціальних процесів, що відбуваються в суспільстві; володіти основними соціологічними термінами, користуватись ними під час виступів на заняттях, в дискусіях; самостійно здійснювати пошук необхідної інформації при підготовці до практичних занять, виступів, добирати матеріали для написання рефератів та створення наукових презентацій.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Політологія», «Психологія».

5.8. Зміст. Соціологія як наука про суспільство. Історія соціології. Становлення та основні етапи історичного розвитку. Основні етапи розвитку української соціології. Соціологічна теорія суспільства. Особистість у системі соціальних зв'язків Девіантна поведінка та соціальний контроль. Етносоціологія. Соціологія сім'ї та шлюбу. Гендерна соціологія. Соціологія масових комунікацій. Соціологія культури. Соціологія політики. Соціологія праці. Організація і проведення соціологічного дослідження.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? Посібник-довідник для громадських активістів та всіх зацікавлених. К.: Дух і Літера, 2015. 380 с. <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/7700>
2. Городяненко В. Г. Соціологія: підручник для студ. вищ. навч. закладів. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Академія, 2003. 560с.
3. Дворецька Г. В. Соціологія: навч. посібник. [2-ге вид., перероб. і доп.] К.: КНЕУ, 2002. 472с.
4. Кузьменко Т.М. Соціологія : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 320 с.
5. Практикум з соціології: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів /за ред. В.М. Пічі.. Львів: «Новий світ-2000», 2007. 368 с.
6. Примуш М. В. Загальна соціологія: навч. посібник. К.: Професіонал, 2004. 592с.
7. Сірий Є. В. Соціологія: загальна теорія, історія розвитку, спеціальні та галузеві теорії: навч. посібник. [2-ге вид.]. К.: Атіка, 2007. 480с.
8. Соціологія : навч. посібник / За ред. С.О.Макеєва.3 те вид., стер. К : Знання,

2008. 590 с.

9. Соціологія : опорний конспект лекцій / авт. О.В. Ванюшина. К. : КНТЕУ, 2013. 36 с.

10. Соціологія: терміни, поняття, персоналії : навчальний словник-довідник для студентів / Укл. Піча В.М., Піча Ю.В., Хома Н.М. та ін. К., Львів : Каравела, Новий Світ, 2010. 480с.

11. Черниш Н.Й. Соціологія: підручник. К.: Знання, 2009. 468с.

12. Юрій М. Ф. Соціологія: підручник. К.: Кондор, 2007.288с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, проблемна);
- практичні заняття (традиційні з моделювання ситуацій, ділова гра).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування, перевірка підготовленого завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва. Товарознавство. Харчові продукти.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гук О.П., здобувач, асистент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємства.

5.6. Результати навчання. Даний курс належить до основних навчальних дисциплін при формуванні професійної компетентності товарознавців, маркетологів, експертів. Крім того, основи товарознавчих знань необхідні бухгалтерам, економістам, менеджерам і технологам, оскільки облік, планування товарних ресурсів, аналіз фінансово-господарської діяльності, управління виробництвом та інші види їх професійної діяльності повинні здійснюватися з урахуванням особливостей товарів, їх основних характеристик і можливих змін при транспортуванні, збереженні і реалізації. Таким чином, дисципліна «Товарознавство. Харчові продукти» сприяє задоволенню та розвитку освітніх інтересів особистості: ознайомлення з основними характеристиками товару, що складають його споживчу вартість, а також їх змін на всіх етапах товароруху; вивчення фізичних, хімічних та біохімічних властивостей товарів, зміни цих властивостей, що можуть мати місце на всіх етапах переміщення товарів від виробничих підприємств до споживача; ознайомлення з асортиментом, особливостями класифікації всіх груп харчових продуктів, особливостей визначення показників їх якості, споживчих властивостей, а також їх органолептичної оцінки, особливостей технології виробництва, рекомендацій щодо споживання, пакування, маркування, умов транспортування та їх зберігання; методів визначення дефектів і фальсифікації харчових продуктів, а також рекомендацій щодо їх уникнення.

5.7.Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство непродовольчі товари».

5.8.Зміст. Предмет, завдання, зміст дисципліни «Товарознавство. Харчові продукти». Сутність товарознавства. Теоретичні основи товарознавства продовольчих товарів. Теоретичні основи формування біологічних потреб людини й споживання продовольчих товарів. Споживні властивості та споживна цінність товарів. Харчова та енергетична цінність продуктів. Якість харчових продуктів, методологічні основи її дослідження та оцінки. Основи збереження якості й маси товарів у процесі товароруку. Методи консервування харчових продуктів. Особливості технології виробництва, асортименту та класифікації, умов транспортування та зберігання основних груп продовольчих товарів: зерно і продукти його переробки; плодоовочеві товари та продукти їхньої переробки; крохмаль, цукор, мед та кондитерські товари; смакові товари; жиrowі продукти; молоко і молочні товари; м'ясо та м'ясні товари; риба і рибні товари; харчові концентрати та сухі сніданки.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бровко О. Г. Товарознавство. Продовольчі товари: навчальний посібник. К.: Кондор, 2010. 730 с.
2. Колтунов В.А. Субтропічні та тропічні плоди: Підручник . К.: КНТЕУ, 2005. 163с.
3. Кириченко Л.С. Крохмаль, цукор, мед та кондитерські вироби: Підручник. К.: КНТЕУ, 2006. 360с.
4. Орлова Н.Я. Продовольчі товари. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки: підручник: 3-тє вид., допов. і переробл. К.: КНТЕУ, 2013. 516с.
5. Осокіна Н.М. Технологія зберігання і переробки продукції рослинництва: Підручник. Умань, 2005. 614с.
6. Павлюченко Ю.П. Методи визначення фальсифікації товарів: Навчальний посібник. К.: 2010. 232 с.
7. Пономарьов П.Х. Товарознавство тропічних і субтропічних фруктів. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2006. 184с.
8. Салухіна Н.Г., Самійленко А.А., Ващенко В.В. Товарознавство продовольчих товарів: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 374 с.
9. Сирохман І.В. Асортимент і якість кондитерських виробів. К.: Центр учбової літератури, 2009. 636с.
10. Сирохман І.В. Товарознавство м'яса і м'ясних товарів. 2-ге вид. перероб. та джоп. Підручник. К.: Центр учбової літератури. 2009, 378с.
11. Сирохман І.В., Задорожний Ф.М. Товарознавство продовольчих товарів: навч. посіб. Львів: Коопспілка, 2010. 628 с.
12. Сирохман І.В., Раситюк Т.М. Товарознавство смакових товарів: Підручник. Львів, Коопспілка, 2009. 344 с.
14. Титаренко Л.Д.. Теоретичні основи товарознавства: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 227 с.
15. Тищенко Є.В. Харчові жири: Підручн. Для студ. вищ. навч. закл. -3-тє вид., допов. і переробл. К.: КНТЕУ, 2013. 268с.
16. Осика В.А. Товарознавство. Харчові продукти . Розділ Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки: О.К.Л.. К.: КНТЕУ, 2013. 100с.
17. Завдання для перевірки знань студентів (кросворди) з дисципліни «Товарознавство продовольчих товарів» / Бевза С.С. ВТЕК КНТЕУ, 2015.
18. Рудаєвська А.Б., Сирохман І.В., Тищенко Є.В. Товарознавство молочних та яєчних продуктів. К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 380 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економіка підприємства.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гарбар В.А., к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє формуванню системи знань щодо аналізу та планування важливих показників господарської діяльності підприємств з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія, «Макроекономіка», «Мікроекономіка».

5.8. Зміст. Підприємство в системі ринкових відносин. Цільові характеристики діяльності підприємства. Планування діяльності підприємства. Економічні характеристики продукції підприємства. Виробнича програма підприємства. Виробнича потужність підприємства. Ресурсний потенціал підприємства. Трудові ресурси підприємства. Майнові ресурси (необоротні активи підприємства). Оборотні активи підприємства. Інноваційна діяльність підприємства. Поточні витрати підприємства та собівартість продукції. Доходи та цінова політика підприємства. Фінансові результати діяльності підприємства. Ефективність діяльності та засади її оцінки. Фінансово-майновий стан підприємства та методи його оцінки. Конкурентоспроможність підприємства. Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор, 2016. 378 с.
2. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю. Економіка підприємства : навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів. Харків : ХНАДУ, 2018. 292 с.
3. Дорошенко Г.О. Економіка підприємства : теорія і практикум. Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 328 с.
4. Нестерчук Ю.О., Сегеда С.А. Економіка підприємства : навч.-метод. посібник. Вінниця : Едельвейс і К, 2014. 372 с.
5. Петренко М.І., Драбовський А.Г., Петренко В.М. Економіка підприємства : навч. посібник / під заг. ред. М.І. Петренка. Вінниця : Консоль, 2010. 510 с.
6. Яркіна Н.М. Економіка підприємства : навч. посібник. Київ : Ліра-К, 2013. 497 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології

викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: ознайомлення з відповідним інструментарієм маркетингу, його теоретичними та методологічними основами; системним підходом до маркетингу підприємства; вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу та розуміння їх ролі; опанування теоретичних основ організації проведення маркетингових досліджень; ознайомлення із призначенням, класифікацією, етапами здійснення сегментації ринку та вибору цільових сегментів; вивчення сутності, мети, принципів, форм, методів маркетингового контролю; дослідження соціально-економічної природи, класифікації товарів, організації та здійснення товарної, цінової, збутової й комунікаційної політик; ознайомлення із особливостями та формами організації маркетингової діяльності на підприємстві.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Статистика», «Правознавство».

5.8. Зміст. Предмет, завдання, зміст дисципліни «Маркетинг». Сутність маркетингу. Концепція маркетингового розвитку. Інформація в системі маркетингу. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів. Маркетингові дослідження. Товарна політика маркетингу. Цінова політика маркетингу. Комунікаційна політика маркетингу. Збутова політика маркетингу. Організація і контроль маркетингової діяльності.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гончаров С.М. Практикум з маркетингу: Навч. посібник / С.М. Гончаров, Н.Б. Кушнір. К.: Центр учбової літератури, 2012. 208 с.
2. Корж М. В. Маркетинг : Навч. посібник / М. В. Корж. К. : Центр учбової літератури, 2008. 344 с.
3. Соціально-етичний маркетинг: монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі; [А. А. Мазаракі, Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, Л. І. Андрєєва, К. В. Березовик, І. О. Бучацька, О. В. Голік, П. О. Горбоконь, К. В. Гурджиян, Н. А. Даниленко, Л. Л. Данілова, Т. В. Дубовик, А. І. Зіміна та ін.]. К.: КНТЕУ, 2013. – 328 с.
4. Маркетинг: Опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, І. О. Бучацька, Л. Л. Данілова, Н. А. Даниленко, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О. Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. К. : КНТЕУ, 2013. – 159 с.
5. Череп А. В. Основи маркетингу: Навч. посібник / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп. К. : Кондор, 2014. 226 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Бухгалтерський облік.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Майстер Л.А., к. е. н, старший викладач кафедри обліку та оподаткування.

5.6. Результати навчання. Здобуття студентами навичок сучасного економічного мислення і системи теоретичних та практичних знань про організацію облікового процесу на підприємствах з метою її використання в процесі прийняття управлінських рішень. Внаслідок вивчення дисципліни здобувачі повинні оволодіти такими теоретичними знаннями та отримати практичні навички, а саме набуті такі компетентності: здатність до науково-дослідної роботи з метою отримання нових знань та їх використання у процесі ведення обліку на підприємствах задля прийняття управлінських рішень; здатність володіти інструментальними засобами дослідження, отримання, зберігання, обробки інформації та застосовувати їх під час вирішення поставлених завдань; вміння застосовувати теоретичні засади, методичні підходи і практичні навички щодо ведення бухгалтерського обліку на підприємствах. Результатами вивчення дисципліни є засвоєння знань здобувачами вищої освіти з предмета бухгалтерського обліку, методів та принципів ведення обліку, сутності та класифікації об'єктів обліку, економічного змісту господарських фактів, явищ і процесів, їх взаємозв'язку на основі теорії подвійного запису бухгалтерського обліку, оволодіння методикою складання бухгалтерського запису будь-якого явища, факту та процесу та відображення в обліку типових господарських операцій, які пов'язані з фінансово-господарською діяльністю підприємства; формування навичок складання первинних документів; оволодіння порядком ведення облікових реєстрів; набуття навичок щодо узагальнення даних поточного обліку та складання бухгалтерського балансу.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Вища та прикладна математика», «Економічна теорія» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Сутність бухгалтерського обліку та його функції. Предмет, об'єкти та принципи бухгалтерського обліку. Методичні прийоми бухгалтерського обліку та їх використання на підприємствах. Бухгалтерський баланс. Рахунки та подвійний запис. Документація як елемент методу бухгалтерського обліку. Інвентаризація, оцінка і калькуляція в системі бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік основних господарських процесів: постачання, виробництва та реалізації. Система бухгалтерського обліку на підприємстві.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIV. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Блакита Г.В., Ромашевська Н.О. Бухгалтерський облік. Практикум: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 152 с.
3. Лівшиц Д.М. Інвентаризація: практ. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 140 с.
4. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 670 с.
5. Білоусько В.С. Теорія бухгалтерського обліку : навч. посібник : К. : Алерта, 2010. 402 с.
6. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік : підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 670 с.
7. Садовська І.Б., Божидарнік Т.В., Нагірська К.Є. Бухгалтерський облік : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 688 с.
8. Сахарцева І.І. Семенов Г.А., Безкоста Г.М. Бухгалтерський облік : навч. посібник з виконання практичних задач. К., 2010. 554 с.
9. Бухгалтерський облік: опорний конспект лекцій. В.В. Сопко, О.В. Сопко, А.П. Шаповалова, О.О. Августова. К. : КНТЕУ, 2018. 88 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання:

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка конспекту / презентації / задач / ситуаційного завдання / захист глосарія тощо);
- підсумковий контроль – екзамен.

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Ділові переговори.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Красніцька Г.М., к.і.н., доцент кафедри права.

5.6. Результати навчання. розробляти програму проведення ділових переговорів; сформулювати власну позицію на переговорах, використовуючи особистий стиль мислення; підібрати інформаційне, програмне, технічне оснащення для забезпечення ведення ділових переговорів; застосовувати набуті знання в сфері професійної діяльності і особистого самовдосконалення.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Етика бізнесу»

5.8. Зміст : Ділові переговори як навчальна дисципліна. Порядок організації переговорів. Сутність та значення ділових переговорів в умовах розвитку споживчого ринку України. Ділова атрибутика. Організація ділового спілкування. Організація ділових прийомів. Загальні відомості про ділові контакти з представниками різних країн світу.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Афанасьєв І. Діловий етикет: 2-е вид., перероб. і доп. К.: "Альтерпрес", 2001. 352 с. Рос. мовою.

2. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений: Учебное пособие для студентов обучающихся по экономическим специальностям. М.: Финансы и статистика, 2004. 208 с.
3. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця: НОВА КНИГА, 2002. – 223 с.
4. Энциклопедия этикета. – М.: АСТ: Астрель, 2004. 640 с.
5. Этикет. Сост. Улищенко О. Н – Харьков: Фомо, 1998. 400 с.
6. Маккей Х. Как уцелеть среди акул: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1993. 367 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: Навч. посібник. К.: Академвидав, 2003. 568 с.
8. Палеха Ю. І. Ділова етика: Навчально-методичний посібник. К.: ЄУФІМБ, 2000. 250 с.
9. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посібник. К.: Кондор, 2008. 356 с.
10. Фишер Р., Эртель Д. Подготовка к переговорам: Пер. с англ. – М.: Инф.-изд. дом “Филинь”, 1996. 232 с.
11. Фишер Р., Юри У., Паттон Б. Переговоры без поражения. Гарвардский метод: Пер. с англ. М.: Эксмо, 2006. 320 с.
12. Фишер Д., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения: Пер. с англ. М.: Наука, 1990. 158 с.
13. Хміль Ф. І. Ділове спілкування: Навч. посібник. К.: Академвидав, 2004. 280 с.
14. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навчальний посібник. К., 2004. 172 с.
15. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування: Навч. посібник. 3-є вид., перероб. і доп. К.: Вікар, 2003. 223 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (залік, іспит).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Комп'ютерна графіка в рекламі.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Уманець В.О., к.пед.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Формування професійних компетенцій майбутніх маркетологів у галузі створення, опрацювання зображень для корпоративних сайтів, інтернет-торгівлі, іміджево-рекламної поліграфічної продукції тощо.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з основ реклами, маркетингу, торгівлі, основ інформатики першого рівня вищої освіти.

5.8. Зміст. Растрова і векторна графіка. Основні визначення. Растровий графічний редактор Adobe Photoshop. Інтерфейс програми. Виділення фрагментів зображення. Переміщення, дублювання і редагування виділених зображень. Сканування, корекція, ретушування і відновлення фотозображень. Робота з

шарами зображення. Налаштовуючі шари. Маски шарів. Фільтри в Adobe Photoshop. Робота з текстом. Малювання в Adobe Photoshop. Фотоефекти в Adobe Photoshop. Анімація в Adobe Photoshop. Портретна ретуш в Adobe Photoshop. Корекція кольорів в Adobe Photoshop. Полігональний ефект в Adobe Photoshop.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Айсманн К. Маски и композиция в Photoshop / К. Айсманн, Ш. Дугган, Д. Порто ; [пер. с англ. и ред. И. В. Берштейна]. М. ; СПб. ; К. : Диалектика : Вильямс, 2013. 600 с.
2. Бойер П. Photoshop CS6 для чайников® [Текст] / Питер Бойер ; [пер. с англ. и ред. И. В. Берштейна]. - М. ; СПб. ; К. : Диалектика : Вильямс, 2013. 443 с.
3. Келби С. Ретушь портретов с помощью Photoshop для фотографов / С. Келби; [пер. с англ. и ред. В. Иващенко]. М. ; СПб.; К.: Диалектика : Вильямс, 2013. 368 с.
4. Комолова Н. Adobe Photoshop CS6 для всех / Н. Комолова . СПб. : БХВ-Петербург, 2013. 608 с.
5. Комолова Н. Adobe Photoshop CC для всех / Н. Комолова, Е. Яковлева . СПб. : БХВ-Петербург, 2014. 624 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1 НАЗВА. Безпека життя.

5.2 Тип. За вибором.

5.3 Рік навчання. 2020/2021.

5.4 Семестр. IV.

5.5 Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лук'янець А.В., ст. викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

5.6 Результати навчання. Знання сучасних проблем і головних завдань безпеки життєдіяльності та вміння визначити коло своїх обов'язків з питань виконання завдань професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення небезпек, які можуть спричинити надзвичайні ситуації та привести до несприятливих наслідків на об'єктах господарювання. Здатність приймати рішення щодо безпеки в межах своїх повноважень. Вміння обґрунтувати та забезпечити виконання комплексу робіт на об'єкті з попередження виникнення надзвичайних ситуацій, локалізації та ліквідації їхніх наслідків. Вміння забезпечити координацію зусиль виробничого колективу в попередженні виникнення надзвичайних ситуацій та ліквідації їх наслідків. Формування вмінь створення безпечних умов праці для збереження здоров'я та працездатності під час трудової діяльності. Знання шкідливих і небезпечних факторів виробничої діяльності та заходів і засобів захисту від їх впливу на працівників. Організація практичної роботи на виробництві з урахуванням вимог, що забезпечують виконання законодавчих положень і вимог

нормативної документації, безпеку технологічних процесів, безпеку експлуатації устаткування, пожежну профілактику.

5.7 Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання фундаментальних та прикладних наук з філософії, біології, фізики, хімії, соціології, психології, екології, економіки, менеджменту, правознавства, трудового права.

5.8 Зміст. Наукові основи безпеки життєдіяльності. Фізіологічні та психологічні критерії безпеки людини. Середовище життєдіяльності людини. Природні загрози, характер їхніх проявів та вплив на людей, тварин, рослин, об'єкти економіки. Техногенні небезпеки та їхні наслідки. Типологія аварій на потенційно-небезпечних об'єктах. Соціально-політичні небезпеки, їхні види та особливості. Соціальні та психологічні чинники ризику. Безпека харчових продуктів. Цивільний захист України – основа безпеки у надзвичайних ситуаціях. Оцінка обстановки та захист населення і територій від надзвичайних ситуацій. Законодавча та нормативна база України про охорону праці.

Організаційні основи та координація робіт з охорони праці. Система управління охороною праці згідно OHSAS 18001,18002 та настановою МОП-СУОП-2001(ILO-OSH 2001). Виробничий травматизм та професійні захворювання. Оцінка ризиків на робочому місці. Аналітична оцінка умов праці на робочому місці. Загальні питання гігієни, фізіології праці та виробничої санітарії. Повітря робочої зони. Параметри мікроклімату на робочих місцях. Освітлення. Вібрація. Шум. Виробничі випромінювання. Організаційно-технічні заходи і засоби безпеки. Аналітична оцінка умов праці. Атестація робочих місць. Електробезпека. Основні поняття та значення пожежної безпеки. Системи попередження пожеж та пожежного захисту.

5.9 Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Желібо Є.П., Зацарний В.В. Безпека життєдіяльності : підручник. Київ : Каравела, 2012. 344 с.
2. Запорожець О.І. Безпека життєдіяльності : підручник затверджений МОН України. Вид. 2-ге. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 448 с.
3. Бедрій Я І. Безпека життєдіяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. Київ : Кондор, 2012. 286 с.
4. Гандзюк М.П., Желібо Є.П., Халімовський М.О. Основи охорони праці : підручник. Київ : Каравела, 2012. 384 с.
5. Основи охорони праці : підручник. Вид. 3-е, доповнене та перероблене. / К.Н. Ткачук та ін. ; за ред. К.Н. Ткачука. Київ : Основа, 2011. 448 с.
6. Зеркалов Д.В. Охорона праці в галузі: Загальні вимоги : навчальний посібник. Київ : Основа, 2011. 551 с.

5.10 Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

- лекції: оглядові, тематичні, проблемні.
- практичні заняття: презентації, моделювання ситуацій, дискусії.

5.11 Методи оцінювання:

- поточний контроль – тести, опитування, перевірка звіту, задач, ситуаційних завдань;
- підсумковий контроль – екзамен письмовий.

5.12 Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва Маркетингові дослідження.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А.М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Надання системи спеціальних теоретичних та практичних знань з проведення маркетингових досліджень ринків товарів та послуг, вибору видів та сучасних методів маркетингових досліджень, формування вибірки, дослідження МІС та прийняття маркетингових рішень.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Цінова політика в системі маркетингу», «Економіка підприємства», «Статистика», «Математичне моделювання та теорія ймовірності».

5.8. Зміст. Вивчення місця і ролі маркетингових досліджень в сучасних умовах господарювання, сутності маркетингових досліджень, програм та плану маркетингових досліджень, методичних та інформаційних засад маркетингових досліджень, кількісних та якісних методів маркетингових досліджень, організації та планування маркетингових досліджень.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ортинська В. В. Маркетингові дослідження : підручник / В. В. Ортинська, О. М. Мельникович. К. : КНТЕУ, 2007. 376 с.
2. Полторац В. А. Маркетингові дослідження : навч. посібник / В. А. Полторац, І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська. 3-тє вид., переробл. та доп. К. : Центр учбової літератури, 2014. 324 с.
3. Маркетингові дослідження : опорний конспект лекцій. Ч.1 / уклад.: О. М. Ковінько, С. О. Сіренко. Вінниця : Центр підготовки навчальних та науково-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2008. 67 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання

- поточний контроль (опитування, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва Маркетингові комунікації.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А.М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Формування сучасного розуміння та практичних навичок вирішення проблеми комунікацій у маркетинговій діяльності підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Комунікаційна політика в системі маркетингу. Процес розробки

комунікаційної програми. Створення комунікаційного звернення. Персональний продаж як елемент маркетингових комунікацій підприємства. Форми та методи стимулювання продажу. Засоби рекламних комунікацій. Психологічні та естетичні основи реклами. Зв'язки з громадськістю як елемент маркетингових комунікацій підприємства. Роль ярмарків у комунікаційній політиці. Планування і використання засобів комунікації. Організація та контроль комунікаційної діяльності підприємства.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика : навч. посібник / Т. Г. Діброва. К. : Професіонал, 2009. 320 с.
2. Забуранна Л. В. Маркетингові комунікації туристичних підприємств: сучасна теорія і практика : монографія / Л. В. Забуранна, К. В. Сіренко. К. : Ліра-К, 2012. 152 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок = Kotler on marketing : Пер. с англ. / Ф. Котлер. 4-е изд. М : Альпина Бизнес Букс, 2007. 294с.
4. Маркетингова політика комунікацій: Опорний конспект лекцій ч1, ч2 / Автор: О.М. Ковінько. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2015. 162 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Логістика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. У результаті вивчення курсу студенти повинні знати: основні концепції логістики; види матеріальних та інформаційних потоків; особливості організації ланцюгів поставки товарів; особливості організації та управління перевезенням товарів; основні показники оцінювання логістичних витрат; основні засади координації та управління інформаційними потоками в інтегрованих ланцюгах поставки товарів; формування транспортних міжнародних коридорів на території України; специфіку вивчення надання логістичного сервісу; параметри оцінювання логістичної стратегії підприємств; основні вимоги до обґрунтування економічно вигідного обсягу замовлення, визначення моменту замовлення; системи управління запасами у розподільчій системі; особливості функціонального зонування складських об'єктів; вибір типу складу та системи складування товарів.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна інформатика», «Менеджмент», «Маркетинг» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Методологічні основи логістики. Логістичні системи. Різноманітність форм логістичних утворень. Логістика постачання. Розподільча логістика. Внутрішньовиробнича логістика. Транспортна логістика. Інформаційна система логістики як стратегічний ресурс підприємства. Організація та види надання логістичних послуг споживачам. Логістика складування.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Комерційна логістика : навч. посібник / за ред. А. А. Мазаракі ; [А. А.Мазаракі, Т. Д. Москвітіна, В. М. Торопков, В. В. Черепов, Д. В. Кочубей, М. В. Лях]. – К. : КНТЕУ, 2013. 408 с.
2. Горбенко О. В. Логістика : навч. посібник / О. В. Горбенко. К. : Знання, 2014. 315 с.
3. Логістика: Теорія та практика : навч. посібник / В. М. Кислий, О. А. Біловодська, О. М. Олефіренко, О. М. Соляник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 360 с.
4. Організація та проектування логістичних систем : підручник / М. П. Денисенко, П. Р. Левковець, Л. І. Михайлова та ін. ; за ред. М. П. Денисенка, П. Р. Левковця, Л. І. Михайлової. К. : Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
5. Дудар Т. Г. Основи логістики : навч. посібник / Т. Г. Дудар, Р. В. Волошин. К. : Центр учбової літератури, 2012. 176 с.
6. Гаджинский А. М. Практикум по логистике / А. М. Гаджинский. 8-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К, 2009. 312 с.
7. Волгин В. В. Склад: логистика, управление, анализ / В. В. Волгин. – 10-е изд., перераб. и допол. М. : Дашков и К, 2009. 736 с.
8. Сокур І. М. Транспортна логістика : навч. посібник / І. М. Сокур, Л. М. Сокур, В. В. Герасимчук. К. : Центр учбової літератури, 2009. – 222 с.
9. Дыбская В. В. Управление складированием в цепях поставок / В. В. Дыбская. М. : Альфа-Пресс, 2009. 720 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетинг послуг.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Середницька Л. П., ст. викл. кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Надання системи спеціальних теоретичних та практичних знань у сфері маркетингу послуг, набуття навичок організації маркетингу на підприємстві, що надає послуги, з урахуванням кон'юнктури ринку, вимог чинних законодавчих і нормативних актів, правил надання послуг та захисту прав споживачів; класифікацію та характеристики послуг; інноваційну товарну політику підприємства, що надає послуги; складові комплексу маркетингу

сервісного підприємства; основні маркетингові стратегії для організації сфери послуг; методи аналізу конкурентів та визначення конкурентної позиції підприємства сфери послуг на ринку; визначати споживчі ризики на ринку послуг та методи їх зменшення; планування та розробку бюджету маркетингу у сфері послуг; управління сервісними продуктами; аналіз та контроль рівня виконання послуги.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання та навички з розділів «Маркетинг» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Сутність та становлення маркетингу послуг; роль сфери послуг та практика її державного регулювання; асортиментна політика підприємств сфери послуг; цінова політика підприємства, політик просування на ринок та розповсюдження послуг; інноваційна політика підприємства сфери послуг; Позиціонування послуг підприємствами на ринку; планування маркетингу та організація надання конкурентоспроможних послуг; Конкурентні сили та споживчі ризики на ринку послуг.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Беквит Гарри. Продавая незримое / Гарри Беквит. М.: Альпина, 2004. – 620 с.
2. Вачевський М.В. Маркетинг у сферах послуг: навч. Посіб. / М.В. Вачевський. К.: ЦУЛ, 2004. 232 с.
3. Маркетинг соціальних послуг / за ред. В.Г. Воронкової: навч. Посіб. К.: Професіонал, 2008. 576 с.
4. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: навч. Посіб. / О.В. Пащук. К.: Професіонал, 2005. 560 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, науково-дослідна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Product placement.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Головчук Ю. О., к.е.н., ст. викл. кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Визначати цілі та об'єкти продакт плейсмент у програмі маркетингових комунікацій підприємства; обирати оптимальні канали продакт плейсмент відповідно до специфіки продукту та цільової аудиторії; застосовувати психологічні прийоми при розроблені сценарію продакт плейсмент; обґрунтовувати види розміщення продуктів у різних комунікаціях; розробляти сценарій інтеграції бренда в різних медіа; розробляти та обґрунтовувати модель і стратегію продакт плейсмент; опрацьовувати бриф на реалізацію продакт плейсмент; розробляти план реалізації продакт плейсмент;

розраховувати кошторис та визначати показники ефективності продакт плейсмент.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання та навички з розділів «Психологія», «Маркетинг».

5.8. Зміст. Сутність продакт плейсмент як складової комплексу маркетингових комунікацій. Історичний розвиток продакт плейсмент. Основні засоби продакт плейсмент. Психологічні особливості застосування технологій продакт плейсмент. Особливості продакт плейсмент в продуктах масової культури. Управління діяльністю в сфері продакт плейсмент. Технології створення та використання прихованої реклами.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Продакт плейсмент : опорний конспект лекцій / авт.: Є.В. Ромат, О. І. Микало. К. : КНТЕУ, 2013. 62 с.

2. Ромат Е. Продакт плейсмент: основные подходы к пониманию / Е. Ромат // Маркетинг в Україні. 2016. № 4. С. 4-16.

3. Ромат Є. В. Продакт плейсмент : навч. посібник / Є. В. Ромат, О. І. Микало. К. : КНТЕУ, 2015. 300 с. : іл.

/ Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. – К. : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.

4. Примак Т. Дослідження використання соціально-комунікативних технологій у створенні рекламних звернень в Україні. Маркетинг в Україні. 2010. №6. С.29-35.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, науково-дослідна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);

- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Реклама в Інтернеті.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Головчук Ю. О., к.е.н., ст. викл. кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Здобуття здобувачами освітнього рівня «бакалавр» навичок сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань щодо застосування різних видів реклами в мережі Інтернет та створення сайту свої компанії в Інтернеті.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економіка підприємства», «Маркетинг» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Загальна характеристика інтернет – реклами та її особливості. Класифікація інтернет - реклами. Етапи взаємодії користувача з рекламою. Основні види інтернет – реклами (банерна, електронна пошта, списки розсилок та дискусійні групи). Розмір інтернет - аудиторії в Україні. Український ринок інтернет – реклами. Методи і засоби проведення рекламних компаній.

Ефективність інтернет - реклами. Характеристика контекстної реклами її переваги та недоліки. Розсилання спам – повідомлень. Сучасність інтернет – реклами її переваги та недоліки. Законодавство, щодо регулювання інтернет – реклами.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Алашкип, П. А. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкип. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 320 с.
2. Барткевич, Е. Баннер умер. Да здравствует баннер! Мой Интернет. 2008. №8. С. 52-53.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 760 с.
4. Бэгготт, К. E-mail маркетинг работает! Как продавать больше, используя один из мощнейших маркетинговых. М.: Группа ИДТ, 2008. 248 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Прямий маркетинг.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А.М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Набуття здобувачами вищої освіти теоретичних, практичних знань з основ прямого маркетингу, формування у здобувачів вищої освіти теоретичних засад та організаційно-методичних основ функціонування системи маркетингу на підприємстві, а також опанування ними сучасних методик проведення маркетингових заходів, визначення практичного застосування прямого маркетингу, організація маркетингової діяльності засобами кол-центрів і телемаркетингу, засобами Інтернет.

5.7. Обовязкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Цінова політика в системі маркетингу», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова політика комунікацій», «Комерційна діяльність», «Основи реклами».

5.8. Зміст. Вивчення особливостей розвитку прямого маркетингу в Україні, місця та ролі директ мейл в системі маркетингу, наукового обґрунтування проведення директ маркетингових заходів і підвищення їх ефективності, прийомів застосування інструментів прямого маркетингу в сучасних умовах.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Генрих Холланд Директ маркетинг: пер. з нім. М.: Вершина, 2006. 368с.
2. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посібник / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. К. : Кондор, 2009. 334 с.
3. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика : навч. посібник. К. : Професіонал, 2009. 320 с.

4. Прямий маркетинг: Опорний конспект лекцій / Автор: О.М. Ковінько.
Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2015. 73 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, семінарські, практичні заняття. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування);
- підсумковий (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Теорія зв'язків з громадськістю.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Громова О. Є., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку компетенцій щодо здійснення ситуаційного аналізу, самостійного планування та організації зв'язків з громадськістю різноманітних соціальних суб'єктів, діяльність яких має публічний характер. У процесі навчання здобувачі опановують методикою та технологією соціальних комунікацій, необхідних для налагодження та підтримки двосторонніх зв'язків між організаціями, установами й окремими індивідами та їхніми цільовими й пріоритетними групами громадськості або аудиторіями. Здобувачі дістають уміння поєднувати базові знання з своїх спеціальностей з теоретичними засадами науки і мистецтва PR, що дозволяє їм бути готовими до практичної діяльності в умовах ринкового середовища.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації».

5.8. Зміст. Вступ до зв'язків з громадськістю. Історія розвитку світових та українських професійних зв'язків з громадськістю. Комунікація у зв'язках з громадськістю. Особливості налагодження зв'язків з громадськістю в різних сферах суспільного життя. Інституційні аспекти зв'язків з громадськістю. Планування і організація проведення PR-компанії. Розвиток зв'язків з громадськістю в Україні. Персональний імідж: поняття та загальні вимоги. Основи сучасних стандартів корпоративної соціальної відповідальності. Зміст і головні завдання міжнародних зв'язків з громадськістю. Основи теорії журналістики та зв'язки з засобами масової інформації. Паблік рілейшнз в діяльності органів державного управління і місцевого самоврядування. Технології створення подій та інформаційних приводів.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Джефкінс Ф., Ядин Д. Паблік рілейшнз/ Перевод с англійського под редакцией Б.Л. Еремина. Учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
2. Емельянов С. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. СПб.: Питер, 2005.

3. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшенз. Теория и практика, 8-е изд.:Пер.с англ.. М., 2000.
4. Королько В.Г. Основы паблик рилейшенз. –М: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000
5. Королько В. Паблик рилейшенз і репутаційний менеджмент// Соціологія,: теорія, методи, маркетинг. 2001. № 3.
6. Пасмуров А.Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. СПб.: Питер, 2006.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, семінарські, практичні заняття. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Електронна торгівля.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ліщинська Л. Б., д.т.н., професор кафедри економічної кібернетики та інформаційних систем.

5.6. Результати навчання. В результаті вивчення дисципліни студент повинен вміти вільно користуватися понятійним апаратом, аналізувати фінансову, нормативну та економіко-технологічну інформацію в області електронного бізнесу, електронної комерції та електронної торгівлі, здійснювати покупки в Інтернет з використанням різних видів електронних платіжних систем і користуватися фінансовими послугами. Мати уявлення про основи web-бізнесу, принципи функціонування віртуальних магазинів, а також про системи безпеки, що використовуються при розрахунках через Інтернет.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з організації торгівлі, основ інформатики першого рівня вищої освіти.

5.8. Зміст. Основні визначення та поняття електронної комерції та електронної торгівлі. Бізнес-моделі та ринки електронної комерції. Інформаційні технології електронної комерції. Організаційно-правове забезпечення електронної торгівлі. Ефективність електронної торгівлі. Фінансові Інтернет-послуги. Підприємницька діяльність на базі Інтернет-технологій. Інтернет-маркетинг. Електронні аукціони. Електронні торговельні майданчики. Електронні торговельні ряди. Платіжні системи Інтернет. Проведення розрахунків у платіжних системах. Перспективи електронної торгівлі. Форми і методи захисту інформації та трансакцій в електронній торгівлі.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е-комерція): навч. посібник. К.: Кондор, 2008. 302 с.
2. Маєвська А.А. Електронна комерція і право: навч.-метод. посібник. Харків, 2010. 256 с.
3. Палеха Ю.І. Маркетинг інформаційних послуг: навч. посібник. Ю. І. Палеха, О. Ю. Палеха. К.: Ліра-К, 2013. 480 с.

4. Пиріг С.О. Платіжні системи : навч. посібник. К. : Центр учбової літератури, 2008. 240 с.
5. Плєскач В.Л. Електронна комерція : підручник. К. : Знання, 2007. 535 с.
6. Шалева О.І. Електронна комерція : навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Реклама.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А.М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Надання системи спеціальних теоретичних та практичних знань з розробки планів рекламної діяльності; використання методик дослідження ринку покупців, ринку продавців, а також потреб потенційних покупців; розробка бізнес-плану та бюджету рекламної кампанії; використання у рекламному бізнесі сучасних засобів обчислювальної техніки та економіко-математичних методів; розробка політики «паблік рілейшнз» і правильний вибір засобів масової інформації для успішного проведення рекламних кампаній.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження».

5.8. Зміст. Вивчення особливостей розвитку рекламної діяльності в Україні, місця та ролі реклами в системі маркетингу, виховання ставлення до організації реклами як до серйозного, складного мистецтва, а також наукового обґрунтування проведення рекламних кампаній і підвищення їх ефективності.

Вивчення особливостей розвитку рекламної діяльності в торгівлі України, місця та ролі реклами в системі маркетингу, виховання ставлення до організації реклами в торгівлі як до серйозного, складного мистецтва, а також наукового обґрунтування проведення рекламних кампаній і підвищення їх ефективності.

Загальна характеристика інтернет – реклами та її особливості. Класифікація інтернет - реклами. Етапи взаємодії користувача з рекламою. Основні види інтернет – реклами (банерна, електронна пошта, списки розсилок та дискусійні групи). Розмір інтернет - аудиторії в Україні. Український ринок інтернет – реклами. Методи і засоби проведення рекламних компаній. Ефективність інтернет - реклами. Характеристика контекстної реклами її переваги та недоліки. Розсилання спам – повідомлень. Сучасність інтернет – реклами її переваги та недоліки. Законодавство, щодо регулювання інтернет – реклами.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. К. : Центр учбової літератури, 2013. – 392 с.
2. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посібник / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. К. : Кондор, 2009. 334 с.
3. Мельникович О. М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О. М. Мельникович. К. : КНТЕУ, 2009. 358 с.
4. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник / Т. О. Примак. К. : Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
5. Ромат Е. В. Реклама : Учеб. пособие / Е. В. Ромат. 2-е изд. С.Пб. : Питер, 2007. 208с. : ил. (Краткий курс).
6. Алашкин, П. А. Все о рекламе и продвижении в Интернете. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 320 с.
7. Барткевич, Е. Баннер умер. Да здравствует баннер! Мой Интернет. 2008. №8. С. 52-53.
8. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 760 с.
9. Бэгготт, К. E-mail маркетинг работает! Как продавать больше, используя один из мощнейших маркетинговых / К. Бэгготт. М.: Группа ИДТ, 2008. 248 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням рольових ігор, відеотренінгів, ситуаційних вправ (кейсів), групових проектів тощо.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування);

- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Торговельний маркетинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А.М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: ознайомлення з відповідним інструментарієм торговельного маркетингу, його теоретичними та методологічними основами; системним підходом до маркетингу торговельного підприємства; опанування теоретичних основ організації проведення маркетингових досліджень товарних ринків; дослідження класифікації товарів, організації та здійснення товарної, цінової, збутової й комунікаційної політик торговельного підприємства; ознайомлення із особливостями та формами організації маркетингової діяльності на торговельному підприємстві.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Статистика», «Маркетингові дослідження».

5.8. Зміст. Суть торговельного маркетингу та його сучасна концепція. Система торговельного маркетингу. Маркетингові дослідження товарних ринків. Товарна політика торговельного підприємства. Цінова політика торговельного підприємства. Збутова політика торговельного підприємства. Формування

комунікаційної політики торговельного підприємства. Організація маркетингової діяльності торговельного підприємства.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. К. : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.
2. Мазаракі А. А. Торгова реклама: теорія і практика управління : монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Ортинська, Т. В. Дубовик. К. : КНТЕУ, 2009. 188 с.
1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с. (Школа маркетингового менеджменту).
2. Белявцев М. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств / М. Белявцев, М. Беспята // Маркетинг в Україні. 2010. №1. С.24-26.
3. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак, В. Шумейко // Маркетинг в Україні. 2009. №4. С.52-55.
4. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : підручник / Н. О. Голошубова. 2-ге вид., переробл. та допов. К. : КНТЕУ, 2012. 680 с.
5. Голубков Е. П. Маркетинг для маркетологов / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. №3. С. 92-109. Прод., нач. в №4, №5, №6 2007 г., №1, №2 2008 г.
6. Гордеев Д. С. Оптовая торговля как связующее звено от производителя к потребителю / Д. С. Гордеев // Конъюнктура товарных рынков. 2012. №1. С.33-37.
7. Комерційна логістика : навч. посібник / за ред. А. А. Мазаракі; [А. А.Мазаракі, Т. Д. Москвітїна, В. М. Торопков, В. В. Черепов, Д. В. Кочубей, М. В. Лях]. К. : КНТЕУ, 2013. 408 с.
8. Мазараки А. А. Торговля: история, цивилизация, мораль : монография / А. А. Мазараки. К. : Книга, 2010. 624 с.
9. Маркетинг : опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, Н. А. Даниленко, О. І. Бучацька, Л. Л. Данїлова, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О. Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. К. : КНТЕУ, 2013. 159 с.
10. Організація і технологія торгівлі : опорний конспект лекцій / авт. Н. О. Голошубова. К. : КНТЕУ, 2013. 189 с.
11. Організація торгівлі : підручник / В. В. Алопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін. ; за ред. В.В. Алопія. 3-тє вид. К. : Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
12. Соціально-етичний маркетинг : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі ; [А. А. Мазаракі, Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, Л. І. Андрєєва, К. В. Березовик, І. О. Бучацька, О. В. Голїк, П. О. Горбокoнь, К. В. Гурджиян, Н. А. Даниленко, Л. Л. Данїлова, Т. В. Дубовик, А. І. Зіміна та ін.]. К. : КНТЕУ, 2013. 328 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, семінарські, практичні заняття. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Управління продажем та мерчандайзинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Середницька Л.П., старший викладач кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє розвитку освітніх інтересів особистості й розвитку таких компетенцій: формування навичок управління продажем продукції, формування каналів збуту, побудові відділів збуту та організації роботи збутового персоналу; розробки концепції мерчандайзингу для товаровиробників та торгівельних посередників, планування торговельних площ та реклами в місцях продажу.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові дослідження».

5.8. Зміст. Концептуальні засади управління продажем. Організація продажу на підприємстві. Побудова системи продажу. Маркетинг в сфері продажу. Інформаційне забезпечення управлінням продажем. Стратегія і тактика управління продажем. Прогнозування та планування продажу. Управління продажем на промисловому ринку. Управління продажем у сфері послуг. Управління торговим персоналом. Інтенсифікація комерційних зусиль в процесі продажу. Маркетинговий аналіз та оцінка програми продажу.

Сутність завдання та основні функції мерчандайзингу. Впровадження мерчандайзингу товаровиробниками та роздрібними підприємствами. Мерчандайзингові підходи до викладки товарів. Особливості викладки продовольчих товарів. Особливості викладки непродовольчих товарів. Врахування чуттєвих компонентів при організації продажу товарів. Стимулювання попиту споживачів у місцях продажу. Управління роздрібними продажами із застосуванням мерчандайзингу

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова, Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
2. Череп, А. В. Основи маркетингу : навч. посібник / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп. К. : Кондор, 2014. 226 с.
3. Оснач, О. Ф. Промисловий маркетинг : підручник / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. 2-ге вид. К. : Центр учбової літератури, 2011. 364 с
4. Голошубова, Н. О. Оптова торгівля: організація та технологія : навч. посібник / Н. О. Голошубова, В. М. Торопков. К. : КНТЕУ, 2007. 265с
5. Голошубова, Н. О. Організація і технологія торгівлі спожитковими товарами : Навч. посібник / Н. О. Голошубова. – К : КНТЕУ, 2007. – 272с.
6. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический поход: Пер. с англ. / Под ред. С.Г. Тригуб. М.: Изд. дом "Вильямс", 2003, 1184 с.
7. Веллхофф А., Массон Ж.-З. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями М.: Изд. дом Гребенникова, 2004. 280 с.
8. Колборн Р. Мерчандайзинг: Пер. с англ. / Под ред. И.О. Черкасовой. СПб.: Изд. Дом Нева, 2002. 416 с

9. Мерчандайзинг: Сб. статей по теорії и практиці мерчандайзинга / Под общ. ред. Е.В. Ромата. Харьков: Студцентр, 2003. 264 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва: Організація торгівлі.

5.2. Тип: Обов'язкова.

5.3. Рік навчання: 2022/2023.

5.4. Семестр: VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Шарко В. В., к.е.н., доцент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особливості і розвитку таких компетенцій: здобуття глибоких теоретичних знань з питань розвитку торговельного підприємництва, формування роздрібно-торговельної мережі, організації торгово-технологічних процесів в магазинах і обслуговування покупців, організації оптової торгівлі та товаропостачання підприємств роздрібно-торгівлі, розвитку складської мережі, упаковки товарів та організації таро обороту, організації праці у магазинах і на складах, забезпечення ефективного функціонування підприємств торгівлі в умовах конкуренції; опанування методичного інструментарію проведення аналізу з питань організації оптової та роздрібно-торгівлі; набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності організації торгівлі.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент», «Логістика».

5.8. Зміст. Сутність, функції і завдання організації торгівлі. Організаційна та функціональна структура торгівлі. Організаційні основи функціональної роздрібно-торгівлі. Організаційна побудова і розвиток роздрібних торговельних об'єктів. Будова, улаштування і проектування роздрібних торговельних об'єктів. Організація торгово-технологічних процесів у магазині. Організація продажу товарів і обслуговування покупців у магазинах. Позамагазинні форми торговельного обслуговування. Норми і правила торговельного обслуговування. Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі. Організація оптових закупівель і продажу товарів та їх документальне оформлення. Складська мережа. Організація технологічних процесів і праці на складах. Організація і технологія товаропостачання роздрібно-торговельної мережі. Організація перевезень торговельних вантажів і транспортно-експедиторське обслуговування. Організація і технологія тарних операцій в торгівлі.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Господарський кодекс України. К. : Істина, 2003. 208 с.
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 15.12. 1993 р. // Урядовий кур'єр. 2006. 18 січ.

3. Голошубова Н. О. Організація і технологія торгівлі спожитковими товарами: навч. посібник / Н. О. Голошубова. К.: КНТЕУ, 2013. 272 с.
4. Організація торгівлі: підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін.; за ред. В.В. Апопія. 3-тє вид. К.: Центр учбової літератури, 2009. 632 с.
5. Правила торгівлі в Україні: збірник офіційних текстів законів станом на 12 березня 2012 року / [упоряд. Ю. І. Руснак]. К.: Центр учбової літератури, 2012. 298 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, усне та письмове опитування);
- підсумковий контроль (залік письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Поведінка споживачів.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3 .Рік навчання. 2022/2023.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Громова О. Є., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості й розвитку таких компетенцій: формування навичок управління поведінкою споживачів, формування і підтримки попиту споживачів на товари та послуги підприємства, виявлення свого споживача і вплив на процес прийняття ним рішення щодо купівлі товарів та послуг підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Психологія», «Маркетингова комунікаційна політика».

5.8. Зміст. Економічний обмін та його умови. Поняття, структура та сутність поведінки споживачів. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Процес прийняття рішення індивідуальним споживачем. Процес прийняття рішення організаційним споживачем. Поведінкова реакція покупців. Маркетингові інструменти впливу на реакцію споживачів. Кількісні дослідження поведінки споживачів. Якісні дослідження поведінки споживачів.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Прокопенко О.В. Поведінка споживачів: Навчальний посібник/ О.В. Прокопенко, М.Ю. Троян. К.: ЦНЛ, 2008. 176 с.
2. Фоксол Г. Психологія потребителя в маркетинге / Г.Фоксол, Р.Голдсмит, С.Браун; Ред. И.В.Андреева. - СПб.; М.; Харьков: ПИТЕР, 2001.
3. Ларіна Я.С. Поведінка споживача / Я.С. Ларіна, А.В. Рябчик. К.: ВЦ Академвидав, 311 с.
4. Энджел Д.Ф., Р.Д.Блэкуэлл, П.У. Миниард Поведение потребителей. СПб.; М.; Харьков: ПИТЕР, 2000. 759 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетингові товарна та цінова політики.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3 .Рік навчання. 2022/2023.

5.4. Семестр. VII- VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Середницька Л. П. ст. викл. кафедри маркетингу та реклами, Пчелянська Г. О. к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: опанування теоретичних основ планування та реалізації певного напрямку дій торговельного підприємства щодо формування асортименту товарів та управління ним, підтримання конкурентоспроможності товарів, визначення для них оптимальних ринкових ніш (сегментів), розробку упаковки, товарної марки, маркування, здійснення передпродажного та післяпродажного обслуговування.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Маркетинг», «Торговельний маркетинг», «Реклама».

5.8. Зміст. Товарна політика підприємства маркетингової орієнтації. Товар і послуга як об'єкт маркетингової товарної політики. Товарний ринок. Якість як складова конкурентоспроможності товарів. Конкурентоспроможність товарів. Формування асортименту і управління ним. Маркетинг товару ринкової новизни. Товарні марки, упаковка, кодування товарів. Сервіс у системі товарної політики. Сутність маркетингової цінової політики та її формування. Система цін і їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Ціна як інструмент маркетингової політики. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні. Маркетингові стратегії ціноутворення. Оцінювання помилки і ризику у встановленні ціни. Ціноутворення брендів. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : Навч. посібник /Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна. К : Професіонал, 2006. 336с.
2. Дудла О.І. Товарознавчі аспекти маркетингу : Навч. посібник / О. І. Дудла. – К : Центр учбової літератури, 2007. 224с.
3. Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика : Підручник / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна. – Суми : Університетська книга, 2007. 281 с.
4. Корольчук О.П. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник / О.П. Корольчук, І.Р. Лошенко, Г.В. Любківська. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 346 с.
5. Поліщук І.І. Маркетингова товарна політика: Опорний конспект лекцій / І.І. Поліщук, І.В. Белкін. – Вінниця: ЦПНМВ ВТЕІ КНТЕУ, 2014. 61 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Дизайн в рекламі.

5.2. Тип. За вибором.

5.3 .Рік навчання. 2022/2023.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Уманець В. О., к.пед.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Аналізувати існуючі рекламні матеріали; встановлювати взаємозв'язок елементів у просторі рекламного оголошення; створювати власні рекламні оголошення; створювати іміджеву продукцію організації (фірми); застосовувати композиційні закони, кольорові закономірності у рекламі відповідно до аудиторії споживачів і тематики реклами.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Електронна торгівля», «Реклама», «Торговельний маркетинг».

5.8. Зміст. Дизайн реклами як вид художнього проектування. Основи дизайн-композиції рекламної продукції. Структура композиції реклами. Символіка кольорів у рекламі. Типографіка та модульність реклами. Зображення в рекламі. Художнє конструювання різних видів реклами. Фірмовий стиль і його носії.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Алашкип, П. А. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкип. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 320 с.
2. Барткевич, Е. Баннер умер. Да здравствует баннер! Мой Интернет. 2008. №8. С. 52-53.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бест. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 760 с.
4. Бэгготт, К. E-mail маркетинг работает! Как продавать больше, используя один из мощнейших маркетинговых. М.: Группа ИДТ, 2008. 248 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Медіапланування.

5.2. Тип. За вибором.

5.3 .Рік навчання. 2022/2023.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А. М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Передумови виникнення, сутність та інструментальний розвиток уявлень про медіа планування; основні принципи, поняття та показники медіапланування; характеристика різних видів медіа, їх недоліки, переваги та особливості медіа планування.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Електронна торгівля», «Реклама».

5.8. Зміст. Сутність, завдання та етапи медіапланування. Медіапланування як складова рекламної компанії. Основні показники медіапланування. Основні концепції медіапланування. Інформаційне забезпечення медіапланування. Медіамікс та медіабайнг як інструмент ефективного медіапланування. Специфіка медіапланування на різних медіаканалах. Аналіз програмного забезпечення медіапланування.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

5. Алашкип, П. А. Все о рекламе и продвижении в Интернете. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. 320 с.

6. Барткевич, Е. Баннер умер. Да здравствует баннер! Мой Интернет. 2008. №8. С. 52-53.

7. Бест, Р. Маркетинг от потребителя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 760 с.

8. Бэгготт, К. E-mail маркетинг работает! Как продавать больше, используя один из мощнейших маркетинговых. М.: Группа ИДТ, 2008. 248 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Міжнародний маркетинг.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Танасійчук А.М., д.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами

5.6. Результати навчання. Вивчення дисципліни передбачає придбання студентами наступних компетентностей та компетенцій:

- визначення сутності та концептуальних основ сучасного міжнародного маркетингу;
- вивчення складових міжнародного маркетингового середовища та розуміння їх впливу на діяльність підприємства;
- опанування основних характеристик кон'юнктури сучасного маркетингу;
- вивчення сутності поняття товару в системі міжнародного маркетингу;
- обґрунтування міжнародної маркетингової цінової політики;
- аналіз міжнародної маркетингової збутової діяльності;
- дослідження системи міжнародних маркетингових комунікацій;

- формування інформаційної бази міжнародних маркетингових досліджень;
- управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».

5.8. Зміст. Сутність, завдання та характеристика міжнародного маркетингу. Середовище міжнародного маркетингу. Поняття ринків та сегментів у міжнародному маркетингу. Міжнародна товарна політика. Міжнародна концепція ціноутворення. Політика розподілу на міжнародному ринку. Комплекс маркетингових комунікацій на міжнародному ринку. Планування у міжнародному маркетингу, стратегії міжнародного маркетингу. Організація управління міжнародною маркетинговою діяльністю.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Козака Ю.Г. Міжнародний маркетинг. Навч. посібник : / За ред. Ю.Г. Козака, С. Смичка, І.Л. Літовченко. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 294с.
2. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Навч. посіб. 2-ге вид., переробл. К.: ІВЦ “Видавництво «Політехніка»”, 2004. 152 с.
3. Акулич І.Л. Международный маркетинг : учебник / И.Л. Акулич. Минск : БГЭУ, 2007. 496 с.
4. Багиев Г.Л. Международный маркетинг / Г.Л. Багиев, Н.К.Моисеева, С.В. Никифорова. СПб. : Питер, 2009. 512 с.
5. Канищенко О.Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О.Л. Канищенко. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К.: Знання, 2007. - 446 с.
6. Карпова С.В. Международный маркетинг : учебник / С.В. Карпова. М. : Феникс, 2009. 320 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва: Торговельне обладнання

5.2. Тип: За вибором

5.3. Рік навчання: 2022/2023

5.4. Семестр: VII

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Шарко В.В., к.е.н., доцент кафедри товарознавства, експертизи та торговельного підприємництва

5.6. Результати навчання. Дисципліна передбачає набуття теоретичних і практичних навичок самостійного вирішення питань, пов'язаних з функціонуванням різноманітних видів обладнання в торговельних об'єктах, номенклатурою, функціональним призначенням та сфери використання різних видів торговельного обладнання; технічними характеристиками, будовою, принципами дії, основними факторами, які впливають на ефективність роботи обладнання; вимогами щодо безпеки праці при роботі з обладнанням; методикою

розрахунку необхідної до встановлення в торговельному об'єкті кількості окремих видів обладнання.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство. Харчові продукти», «Товарознавство. Непродовольчі товари».

5.8. Зміст. Загальні відомості про торговельне обладнання. Нейтральне (немеханічне) торговельне обладнання. Ваговимірювальне обладнання. Обладнання для розрахунків з покупцями. Обладнання для обліку і управління товарно-грошовим обігом у торгівлі. Холодильне обладнання. Підіймально-транспортне обладнання. Фасувально-пакувальне обладнання. Автоматизовані системи у галузі торгівлі. Обладнання торговельних складів та позамагазинного продажу. Технологічне обладнання для виготовлення кулінарної продукції в торговельних залах.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Про застосування електронних контрольно-касових апаратів і товарно-касових книг при розрахунках із споживачами у сфері торгівлі, громадського харчування і послуг: Закон України від 06.06.1996 р., зі змінами та доповненнями.

2. Порядок реєстрації та застосування реєстраторів розрахункових операцій, що застосовуються для реєстрації розрахункових операцій за товари (послуги) № 547, затверджений наказом Мінфіну від 14.06.2016 № 547.

3. Порядок технічного обслуговування та ремонту реєстраторів розрахункових операцій № 601, затверджений постановою Кабміну від 12.05.2004 № 601, зі змінами та доповненнями.

4. Методичні рекомендації щодо базових моделей ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів (Затверджено Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 28.07.2004 № 281).

5. Черевко О.І., Новікова, О.В. Потапов В.О. Обладнання підприємств сфери торгівлі: навчальний посібник. К. : Ліра-К, 2010.

6. Доценко В.Ф., Губеня В.О. Устаткування закладів ресторанного господарства : підручник. К: КНТЕУ, 2016. 636с.

7. Торговельне обладнання : підручник. за ред.. А.А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2018. 320 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядові, тематичні, проблемні), практичні (презентації, робота в малих групах, моделювання ситуацій, ділові ігри), самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

– поточний контроль – тестування, усне та письмове опитування;

– підсумковий контроль – екзамен письмовий.

5.12. Мова навчання. Українська

5.1. Назва. Іноземна мова спеціальності.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2022-2023

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гладько С.В., к.філол.н., доцент кафедри іноземної філології та перекладу, Мацера О.А., ст. викладач кафедри іноземної філології та перекладу, Ткачук Т.І., к. філол. н., доцент кафедри іноземної

філології та перекладу, Іваницька Н.Б., д. філол. н., професор кафедри іноземної філології та перекладу, Нечипоренко В.О., к. філол. н., доцент кафедри іноземної філології та перекладу, Чугу С.Д., к. філол. н., доцент кафедри іноземної філології та перекладу, Паславська І.Б., асистент кафедри іноземної філології та перекладу.

5.6. Результати навчання: Вивчення базових семантико-стилістичних понять, особливостей англomовних текстів торговельно-економічної тематики; специфіки використання засобів різних мовних рівнів в стилістичній функції; функцій тих чи інших стилістичних прийомів українською мовою та аналогічних явищ української мови - англійською мовою; формування навичок подолання різного роду семантико-стилістичних труднощів під час перекладу тексту економічного характеру.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Вхідний рівень володіння мовою B₁₊.

5.8. Зміст. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми науково-технічного перекладу. Способи перекладу лексичних одиниць. Переклад термінів. Переклад слів-реалій, назв, власних назв, іншомовних слів та передача аббревіатур, ініціалів імен і умовних позначок у перекладі. Семантико-стилістичні проблеми перекладу фахових текстів торговельно-економічного спрямування.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Dudley-Evans, T. (1998). *Developments in English for Specific Purposes: A multi-disciplinary approach*. Cambridge University Press, 1998. 234 p.
2. Grant D. *Business Basics*. New York : Oxford University Press, 1995. 219 p.
3. Owen R. *Business English*. London, 2002. 218 p.
4. Бербенець Л. І. *Business English Communication Course : Навч. посібник*. К : КНТЕУ, 2004. 204 с.
5. Кацавець Г. М. *Ділова мова: сучасний вимір : підручник*. К. : Центр учбової літератури, 2008. 196 с.
6. Колот Л. А. *Англійська мова ділової кореспонденції = Advanced business english : навч. посібник*. К. : КНТЕУ, 2009. 164 с.
7. Латигіна А. Г. *Англійська мова міжнародного бізнесу та менеджменту = English of International Business and Management : Підручник*. К. : КНТЕУ, 2011. 416с.
8. Орлик Л. С. *English for Business Communication with Foreign Partners : Навч. посібник*. К : КНТЕУ, 2002. 209 с.
9. Рудешко Є. В. *Англійська мова комерційної діяльності : Навч. посібник*. К : КНТЕУ, 2002. 205 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання із використанням інноваційних технологій: *практичні заняття* (виконання вправ / презентація / дискусія / моделювання ситуацій / «мозкова атака» / тренажерні завдання / робота в малих групах/ проектне навчання інше).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; індивідуальне завдання, система управління навчанням тощо);

підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Англійська, німецька, французька

5.1. Назва. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2022/2023.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: опанування практичних навичок маркетингової діяльності на віртуальному підприємстві, поглиблення знань щодо розуміння умов діяльності віртуального підприємства, оволодіння навичками та вміннями виконання завдань і обов'язків фахівців з маркетингу та набуття досвіду роботи в колективі.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Маркетинг», «Прямий маркетинг», «Менеджмент».

5.8. Зміст. Розробка комерційної ідеї для створення підприємства. Розробка установчих документів підприємства. Введення даних про підприємство в «1С: Підприємство - Управління торгівлею для України». Формування організаційної структури управління підприємством. Кадрове планування в «1С: Підприємство - Управління торгівлею для України». Розробка комерційних договорів. Введення інформації про постачальників в «1С: Підприємство - Управління торгівлею для України». Оцінювання споживчого потенціалу ринку. Введення інформації про покупців в програму «1С: Підприємство - Управління торгівлею для України». Моніторинг конкурентів. Формування товарного асортименту. Заповнення довідника «Номенклатура» в програмі «1С: Підприємство - Управління торгівлею для України». Розробка комунікаційної політики. Розробка цінової політики. Встановлення умов ціноутворення в програмі «1С: Підприємство - Управління торгівлею для України».

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
2. Корольчук О.П. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник / О.П. Корольчук, І.Р. Лошенко, Г.В. Любківська. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 346 с.
3. Маркетинг: Опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, І. О. Бучацька, Л. Л. Данілова, Н. А. Даниленко, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О. Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. К. : КНТЕУ, 2013. 159 с.
4. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг : Підручник / О.Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко. 2-ге вид. К. : Центр учбової літератури, 2011. 364 с.
5. Хмурова В. В. Менеджмент підприємницької діяльності: Навч. посібник / В. В. Хмурова. К. : Центр учбової літератури, 2013. 286 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.