

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	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація	«Маркетинг»
Освітній ступінь	«бакалавр»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1. Загальна інформація.....	4
1.1. Назва і адреса.....	4
1.2. Опис закладу.....	4
1.3. Академічні органи.....	4
1.4. Академічний календар.....	4
1.5. Перелік запропонованих освітніх програм.....	5
1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації.....	6
1.7. Механізми для визначення кредитної мобільності та попереднього навчання (формального, неформального та інформального).....	6
1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка).....	6
1.9. Механізми академічного управління.....	6
2. Ресурси та послуги.....	7
2.1. Студентський стіл відділу кадрів.....	7
2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання.....	7
2.3. Харчування.....	7
2.4. Вартість проживання.....	7
2.5. Фінансова підтримка для студентів.....	7
2.6. Медичні послуги.....	8
2.7. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами.....	8
2.8. Навчальне обладнання.....	9
2.9. Організація мобільності за освітніми програмами.....	10
2.10. Можливості для проходження практики.....	10
2.11. Умови для занять спортом і відпочинку.....	11
2.12. Студентські організації.....	11
3. Профіль програми.....	13
4. Освітня програма.....	18
5. Інформація про освітні компоненти (дисципліни).....	21

ВСТУП

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 та оцінок за національною шкалою і шкалою ЄКТС.

Таблиця відповідності шкали оцінювання ЄКТС
національній системі оцінювання в Україні та КНТЕУ

Оцінка за шкалою ЄКТС	Визначення	Оцінка за системою	
		національною	ВТЕІ
A	ВІДМІННО – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5 (відмінно)	90-100
B	ДУЖЕ ДОБРЕ – вище середнього рівня з кількома помилками	4 (добре)	82-89
C	ДОБРЕ – загалом правильна робота з певною кількістю значних помилок		75-81
D	ЗАДОВІЛЬНО – непогано, але зі значною кількістю недоліків	3 (три)	69-74
E	ДОСТАТНЬО – виконання задовольняє мінімальні критерії		60-68
FX	НЕЗАДОВІЛЬНО – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	2 (незадовільно)	35-59
F	НЕЗАДОВІЛЬНО необхідна серйозна подальша робота, обов'язковий повторний курс		1-34

1. Загальна інформація.

1.1. Назва і адреса.

Вінницький торговельно-економічний інститут.

Адреса: вул. Соборна 87, м. Вінниця, 21050, факс: (0432)56-26-94

Електронна пошта: secretarvtei@ukr.net

1.2. Опис закладу.

Вінницький торговельно-економічний інститут був створений наказом ректора Київського державного торговельно-економічного університету №1644 від 02.10.1998 року відповідно до наказу Міністерства освіти та науки України «Про реорганізацію Структурного підрозділу КДТЕУ» і є правонаступником Вінницьких факультетів КДТЕУ.

Як навчальний заклад, його було засновано у 1968 і 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 1987 році філію було реорганізовано у факультет, а у 1998 – у Вінницький торговельно-економічний інститут Київського державного торговельно-економічного університету. Інститут діє на підставі Положення про Вінницький торговельно-економічний інститут. Інститут здійснює освітню діяльність на підставі ліцензії Міністерства освіти і науки України та акредитований за найвищим – IV рівнем акредитації.

Кількість викладачів ВТЕІ КНТЕУ- 158, з них – професорів, докторів наук – 11,3%; кандидатів наук, доцентів – 37,3%. В інституті навчається 2948 студентів, із них на денній формі навчається 1537. Підготовка фахівців здійснюється за 13 – спеціальностями ОС «бакалавр» і 11-ма спеціальностями ОС «магістр».

1.3. Академічні органи.

Замкова Наталія Леонідівна	директор, доктор філософських наук, доцент, Заслужений працівник освіти України.
Мартинова Лілія Борисівна	заступник директора з навчально-методичної роботи, кандидат філологічних наук, доцент.
Кізюон Алла Григорівна	заступник директора з навчально-виховної роботи, кандидат географічних наук, доцент.
Гловацький Олексій Миколайович	заступник директора з адміністративно - господарської частини

1.4. 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.

1.5. 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)»	«Германські мови та літератури (переклад включно)»
05 Соціальні та поведінкові науки	051 «Економіка»	«Міжнародна економіка»	«Міжнародна економіка»
		«Економіка підприємства»	«Економіка підприємства»
		«Економічна кібернетика»	«Економічна кібернетика»
			«Економічна безпека підприємства»
	292 «Міжнародні економічні відносини»	«Міжнародний бізнес»	
07 Управління та адміністрування	071 «Облік і оподаткування»	«Облік і оподаткування»	«Облік і оподаткування»
		«Фінансовий контроль»	«Фінансовий контроль»
	072 «Фінанси, банківська справа та страхування»	«Державні фінанси»	«Державні фінанси»
		«Фінансове посередництво»	«Фінансове посередництво»
	073 «Менеджмент»	«Менеджмент організацій»	«Менеджмент організацій»
		«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»	«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
		«Туристичний менеджмент»	«Туристичний менеджмент»
		«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»	«Адміністративний менеджмент»
	075 «Маркетинг»	«Маркетинг»	«Маркетинг»
		«Рекламний бізнес»	
	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	«Товарознавство та комерційна логістика»	
			«Товарознавство та експертиза в митній справі»
281 «Публічне управління та адміністрування»		«Публічне управління та адміністрування»	«Публічне управління та адміністрування»
08 Право	081 «Право»	«Комерційне право»	
		«Фінансове право»	
18 Виробництво та технології	181 «Харчові технології»	–	«Ресторанні технології»
24 Сфера обслуговування	242 «Туризм»	–	«Міжнародний туристичний бізнес»
	241 «Готельно-ресторанна справа»	–	«Готельна і ресторанна справа»

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

Інформація про вступні випробування та правила прийому на навчання за освітнім ступенем «бакалавр», «магістр» розміщена на сайті Вінницького торговельно-економічного інституту: <http://www.vtei.com.ua>

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

Визначення кредитної мобільності та попереднього навчання здійснюються відповідно до Закону України «Про освіту», Закону України «Про вищу освіту», Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти Вінницького торговельно-економічного інституту, Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність у ВТЕІ.

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

Розподіл кредитів ЄКТС ґрунтується на офіційній тривалості циклу програми навчання та визначається навчальним планом.

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.

1.9. Механізми академічного управління.

Механізми академічного управління в ВТЕІ КНТЕУ визначені:

- Положенням про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ;
- Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Вінницькому торговельно-економічному інституті КНТЕУ;
- Положенням про індивідуальний навчальний план студента ВТЕІ КНТЕУ;
- Положенням про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у ВТЕІ КНТЕУ;
- Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти у ВТЕІ КНТЕУ.

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 навчального корпусу №1 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)675703;
- гуртожиток №2 - 21022, м. Вінниця, вул. Станіславського 54, тел.(0432)664272.

2.3. Харчування.

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

2.4. Вартість проживання.

Вартість проживання у гуртожитку становить 440 грн. на місяць (гуртожиток № 1, 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:

- студентам з числа осіб, яким згідно Закону України «Про статус і соціальний захист громадян, що постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи», гарантуються пільги при призначенні стипендії;
- студентам-шахтарям, які мають стаж підземної роботи не менш як три роки;
- студентам, батьки яких є шахтарями, що мають стаж підземної роботи не менш як 15 років або загинули внаслідок нещасного випадку на виробництві чи стали інвалідами I або II групи, — протягом трьох років після здобуття загальної середньої освіти;
- студентам, які визнані учасниками бойових дій, та їх діти (до закінчення навчання у вищому навчальному закладі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років);
- студентам, 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 антитерористичної операції, бойових дій чи збройних конфліктів, а також внаслідок захворювання, одержаного в період участі в антитерористичній операції (до закінчення навчання у вищому навчальному закладі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років);

- студентам, один з 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 вищому навчальному закладі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років)
- студентам, зареєстрованих як внутрішньо переміщені особи (до закінчення навчання у вищому навчальному закладі, але не довше ніж до досягнення ними 23 років);
- студентам, які є дітьми-інвалідами та інвалідами I—III групи;
- студентам з малозабезпечених сімей (у разі отримання відповідної державної допомоги згідно із законодавством).

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 230 тисяч 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 1 абонемент. В кожній читальній залі обладнані автоматизовані робочі місця, підключений вільний Wi-Fi доступ до освітніх ресурсів мережі Інтернет.

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 організовуються 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, 6 мультимедійних проекторів, 2 інтерактивних комплекси, 54 аудиторії, 2 лінгафонних кабінети.

2.9. Організація мобільності за освітніми програмами.

ВТЕІ КНТЕУ співпрацює з вищими навчальними закладами, міжнародними науковими центрами та установами багатьох країн світу у т.ч. Білорусії, Польщі, Словаччини, Чехії, 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, семінарах та інших науково-практичних заходах;
- проходженням практики у провідних закладах готельно-ресторанного бізнесу Болгарії, Словаччини та інших європейських країн відповідно до угод про співробітництво з іноземними ВНЗ;
- поглибленням та вдосконаленням знань іноземних мов під час 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 Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

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 спортивному залі інституту та орендованих спортивних спорудах, до яких входять легкоатлетичний комплекс з біговими доріжками, ігрові майданчики, басейн.

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, гандбол, боротьба, легка атлетика.

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;
- 3 ради студентського самоврядування факультетів;
- студентське наукове товариство «ВАТРА»;
- студентський туристичний клуб «Way to Freedom»;
- студентські дискусійні клуби та клуби за інтересами – «Актуальні проблеми реформування фінансової системи України», «Інноваційні технології в управлінні підприємством 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» тощо;

- наукові гуртки – з економіки підприємства, з міжнародної економіки, «Структурні зрушення в економіці Європейських країн: перейняття досвіду для України», «Економіко-математичне моделювання», «Менеджмент: проблеми сьогодення та перспективи розвитку», «American and English Studies», «Business English Club», «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».

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

3. Профіль програми.

Профіль програми спеціалізації «Маркетинг» освітнього ступеня «бакалавр»	
Тип диплому та обсяг програми	Одиничний ступінь (надається на базі одного навчального закладу), 240 кредитів ЄКТС
Вищий навчальний заклад	Вінницький торговельно-економічний університет Київського національного торговельно-економічного університету, Україна
Акредитаційна інституція	Міністерство освіти і науки України
Період акредитації	Акредитована до 01.07.2019 р.
Рівень програми	Перший рівень
А	Ціль освітньої програми
	Формування системи професійних знань і практичних навичок необхідних для ефективного вирішення управлінських завдань маркетинговій діяльності. Маркетолог досліджує ринок, його кон'юнктуру, потреби та попит, формує товарну, цінову, збутову та комунікаційну політики підприємства на засадах маркетингу
В	Характеристика програми
Предметна область (галузь знань)	07 «Управління та адміністрування»
Основний фокус програми та спеціалізації	Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємстві.
Орієнтація програми	Фундаментальна, прикладна, професійна. Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.
Особливості та відмінності програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; 2 місячна практична підготовка протягом навчання на підприємствах, що займаються маркетинговою діяльністю.
С	Придатність до працевлаштування та подальшого навчання
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК003:2010: помічника керівника підприємства (установи, організації); торговельного представника; торговельного інспектора; організатора з постачання; організатора із збуту; закупника, агента комерційного; агента торговельного; комівояжера; торговця (обслуговування бізнесу).
Подальше навчання	Навчання в магістратурі за освітнім ступенем «магістр»

D	Стиль викладання	
	Підходи до викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод «кейс-стаді», робота в малих групах, дистанційне навчання)
	Методи оцінювання	Поточний контроль; підсумковий контроль (контрольна робота, тестування, захист проєктів, розв'язання ситуаційних завдань (кейсів), ділові ігри тощо); підсумковий семестровий контроль (залік, екзамен); виробнича практика; підсумкова атестація (комплексний кваліфікаційний екзамен).
E	Програмні компетентності	
	Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність аналізувати та оцінювати соціально-економічні процеси.</p> <p>ЗК2. Здатність працювати з інформацією та обґрунтовувати управлінські рішення.</p> <p>ЗК3. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність.</p> <p>ЗК4. Здатність працювати в колективі та команді.</p> <p>ЗК5. Здатність діяти з позицій соціальної відповідальності.</p> <p>ЗК6. Здатність виконувати професійну діяльність відповідно до стандартів якості.</p> <p>ЗК7. Здатність адаптуватися до змін у середовищі професійної діяльності.</p>
	Спеціальні (фахові) компетенції	<p>СК1. Здатність проводити моніторинг маркетингового середовища підприємства.</p> <p>СК2. Здатність формувати товарну політику підприємства на засадах маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність формувати цінову політику підприємства на засадах маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність формувати збутову політику підприємства на засадах маркетингу.</p> <p>СК5. Здатність формувати комунікаційну політику підприємства на засадах маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність використовувати інформаційні системи та технології в маркетинговій діяльності підприємства.</p> <p>СК7. Здатність здійснювати ділове спілкування іноземною мовою.</p> <p>СК8. Здатність обґрунтувати програму маркетингової діяльності підприємства</p>

F	Програмні результати навчання
	<p style="text-align: center;"><i>Загальної підготовки</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формування (з позиції історичного досвіду) розуміння сутності історичних перетворень, що відбуваються в сучасній Україні, а також почуття патріотизму, історично науково обґрунтованої свідомості. 2. Формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок ділового спілкування, читання та перекладу оригінальної іншомовної літератури з фаху, написання анотації/реферату/ділового листа, робота з комерційною документацією (програма курсу розрахована на досягнення РВМ В2). 3. Формулювання правової культури, що включає усвідомлення права як найвищого регулятора відносин між громадянами і державою. 4. Формування у майбутніх фахівців необхідного рівня інформаційної та комп'ютерної культури, набуття практичних навичок роботи на ПК і використання сучасних інформаційних технологій для розв'язання економічних задач. 5. Формування розуміння сутності соціального життя та соціальної структури суспільства, а також навичок аналізу соціальних явищ та процесів. 6. Знання про психологічну характеристику мотиваційної сфери в професійному зростанні, психологічні особливості взаємодії, професійно важливі якості особистості, формування філософської культури мислення, пізнання навколишнього світу та самого себе, навичок застосування філософської методології. 7. Знання психологічної характеристики психічних пізнавальних процесів, властивостей, станів та утворень; основні закономірності функціонування психічних пізнавальних процесів; закономірності формування і розвитку особистості; фактори формування особистості; концепції особистості; психологічні концепції теорії діяльності та її основні компоненти. 8. Формування системи знань про закономірності національного історико-культурного процесу, про основні досягнення вітчизняної культури, засвоєння загальнолюдських та національних культурних цінностей, збагачення духовного світу, формування моральних і естетичних потреб та здатності зберігати і охороняти культурні здобутки України. 9. Підвищення загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності студентів, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового стилів, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні; формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок ділового спілкування, читання та перекладу оригінальної іноземномовної літератури з фаху, написання анотації/реферату/ділового листа, роботи з комерційною документацією. 10. Формування цілісної, логічної, послідовної системи знань про політику як суспільне явище і соціальний феномен; розглядання суспільних явищ у взаємозв'язку та розвитку, аналіз та оцінювання соціально-економічних процесів.

Професійної підготовки

1. Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; формування вмінь для ідентифікації небезпеки, визначення рівня індивідуального та колективного ризику, запобігання небезпечним ситуаціям, їх попередження, зменшення ураження для людини, зменшення інших негативних наслідків надзвичайних ситуацій, надання першої допомоги, формування здорового образу життя.
2. Формування у студентів сучасної системи поглядів, спеціальних знань та вмінь у галузі маркетингу, набуття практичних навичок маркетингової діяльності, які дали б можливість використовувати методологію та інструментарій маркетингу у майбутній діяльності щодо ефективного досягнення стратегічних та оперативних цілей підприємства; формування необхідного рівня теоретичних знань та набуття практичних навичок з питань проектування, розробки та використання сучасних Web-додатків.
3. Формування вмінь проводити статистичні дослідження, обчислювати узагальнюючі показники, будувати статистичні таблиці, графіки, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ.
4. Набуття практичних навичок формування самостійного стилю мислення, власної етичної позиції, застосовування набутих знань у сфері професійної життєдіяльності і особистого самовдосконалення, дотримання норм професійної етики в процесі фахової діяльності.
5. Визначення маркетингової проблеми та розробка цілей дослідження; вибір методів маркетингового дослідження залежно від цілей дослідження; створення робочого плану маркетингового дослідження; проведення польового етапу досліджень; організація та проведення маркетингових експериментів та спостережень; організація збору вторинної інформації з маркетингових проблем; розробка документації для проведення маркетингового дослідження; організація та проведення різних методів опитування; організація та проведення якісних маркетингових досліджень; здійснення аналізу результатів маркетингових досліджень за допомогою прикладних програм; здійснення аналізу результатів досліджень для їх упровадження в маркетингову діяльність підприємства.
6. Розробка стратегії комунікаційної політики підприємства; створення програми маркетингових комунікацій підприємства на майбутній період та оцінка її ефективності; вибір ефективних методів стимулювання продажу товарів та послуг; обґрунтування та вибір носіїв реклами та розробка медіа-планів; оцінка існуючих рекламних звернень; створення позитивної суспільної думки про підприємство (public relations); організація участі підприємства у виставці або ярмарку; вибір конкретного рекламного агентства, послугами якого можна скористатися.

7. Визначення і оцінювання ознак, споживних властивостей та показників якості харчових продуктів та непродовольчих товарів; користування нормативними документами; аналіз й оцінка структури асортименту харчових продуктів та непродовольчих товарів; оцінювати якість товарів згідно з нормативними документами, забезпечувати їх збереження у процесі товаропросування.
8. Вміння створити безпечні умови праці для збереження здоров'я та матеріальних цінностей. Організація практичної роботи на виробництві з урахуванням вимог, що забезпечують виконання законодавчих положень і вимог нормативно-технічної документації, безпеку технологічних процесів експлуатації устаткування, пожежну профілактику; формування системи знань щодо забезпечення конкурентоспроможності продукції, створення і оптимізації товарного асортименту, розробки продукту ринкової новизни; створення ефективної товарної марки, аналізу життєвого циклу товару і управління ним з метою задоволення потреб споживачів.
9. Розробка стратегій управління закупівельною та збутовою логістикою підприємства; оптимізації управління товарними запасами та вантажопотоками на складах; вибору транспорту та ефективного його використання; формування системи логістичного сервісу; обґрунтування рішень в сфері торговельного маркетингу для підвищення ефективності функціонування підприємств України в ринкових умовах та їх конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках.
10. Вивчення мотивації поведінки споживачів з метою прийняття рішень щодо задоволення їх потреб; управління підсистемами та елементами внутрішнього середовища підприємства; підготовка професійного керівника з навичками організації особистої праці для досягнення цільової функції успішної діяльності підприємства.

4. Освітня програма.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми) – Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

Спеціалізація	«Маркетинг»		
Спеціальність	075 «Маркетинг»		
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»		
Рівень вищої освіти	Перший		
Ступінь вищої освіти	Бакалавр		
Загальна кількість кредитів ЄКТС	240 ЄКТС		
Термін навчання	3 роки 10 місяців		
1	Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітньо-професійною програмою		
	<ul style="list-style-type: none"> – повна загальна середня освіта; – правила прийому на навчання за програмою регламентуються Правилами прийому до ВТЕІ КНТЕУ 		
2	Перелік навчальних дисциплін		
	Навчальні дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС (для кожної дисципліни)	Місце в логічній послідовності вивчення (рік навчання)
	Вища та прикладна математика	12	1
	Правознавство	4,5	1
	Українська мова (за проф. спрям.)	3	1
	Іноземна мова (за проф. спрям.)	15	1, 2
	Економічна теорія	4,5	1
	Безпека життєдіяльності	3	1
	Статистика	6	1
	Економічна інформатика	4,5	1
	Фізичне виховання	12	1, 2
	Психологія	4,5	1
	Соціологія		1
	Історія України	4,5	1
	Історія української культури		
	Товарознавство	9	2
	Мікроекономіка	6	2
	Маркетинг	5	2
	КР з маркетингу	1	2
	Філософія	4,5	2
	Менеджмент	4,5	2
	Психологія торгівлі	3	2
	Гроші та кредит		
	Теорія галузевих ринків	4,5	2
	Конфліктологія		

Економічна статистика		
Економетрія	4,5	2
Економічний аналіз		
Основи підприємництва		
Національні інтереси в світовій геополітиці та геоекономіці	4,5	2
Екологія		
Міжнародна економіка		
Маркетингові комунікації	3,5	3
КР з маркетингових комунікацій	1	3
Економіка підприємства	4,5	3
Економіко-математичне моделювання	4,5	3
Маркетингові дослідження	4,5	3
Маркетинг послуг	4,5	3
Логістика	3	3
Організація торгівлі	4,5	3
Бухгалтерський облік	3	3
Маркетингова товарна політика	4,5	3
Маркетингова цінова політика	4,5	3
Основи реклами	3	3
Теорія зв'язків з громадськістю	4,5	3
Інформаційні війни		
Політологія	4,5	3
Податкова система України		
Фінанси		
Управління продажем	3	3
Страховання		
Торговельний маркетинг	4,5	4
Прямий маркетинг	4,5	4
Поведінка споживачів	4,5	4
Охорона праці	3	4
Product placement	3	4
Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	3	4
Реклама в системі маркетингу	4,5	4
Міжнародний маркетинг		
Фірмовий стиль	4,5	4
Психологія кар'єри		
Реклама в Інтернеті		
Управління персоналом	4,5	4
Медіапланування		
Ділові переговори	4,5	4
Професійна етика		

	Промисловий маркетинг	3	4
	Копірайтинг		
	Мерчандайзинг	3	4
	Рекламні технології		
	Реклама в торгівлі	4,5	4
	Ярмаркова та виставкова діяльність		
	Виробнича практика 1	3	3
	Виробнича практика 2	6	4
	Форма проведення атестації здобувачів вищої освіти	Кваліфікаційний екзамен	
	Частка (у процентному співвідношенні) дисциплін нормативного змісту підготовки	67,8%	
3	Очікувані результати навчання		
	Компетентності, якими повинен оволодіти бакалавр		
	Загальні	ЗК1. Здатність аналізувати та оцінювати соціально-економічні процеси. ЗК2. Здатність працювати з інформацією та обґрунтовувати управлінські рішення. ЗК3. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність. ЗК4. Здатність працювати в колективі та команді. ЗК5. Здатність діяти з позицій соціальної відповідальності. ЗК6. Здатність виконувати професійну діяльність відповідно до стандартів якості. ЗК7. Здатність адаптуватися до змін у середовищі професійної діяльності.	
Фахові (спеціальні)	СК1. Здатність проводити моніторинг маркетингового середовища підприємства. СК2. Здатність формувати товарну політику підприємства на засадах маркетингу. СК3. Здатність формувати цінову політику підприємства на засадах маркетингу. СК4. Здатність формувати збутову політику підприємства на засадах маркетингу. СК5. Здатність формувати комунікаційну політику підприємства на засадах маркетингу. СК6. Здатність використовувати інформаційні системи та технології в маркетинговій діяльності підприємства. СК7. Здатність здійснювати ділове спілкування іноземною мовою. СК8. Здатність обґрунтувати програму маркетингової діяльності підприємства		

5. Інформація про освітні компоненти (дисципліни). Спеціалізації «Маркетинг»

5.1. Назва. Вища та прикладна математика.

5.2 Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. I, II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гусак Л.П., к.п.н., доцент.

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.

3.8. Зміст. Матриці та операції над ними. Визначники, їх властивості. Системи лінійних рівнянь. Векторна алгебра. Пряма на площині та у просторі. 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. Вища математика для економістів: навч. посібник / В. В. Барковський, Н. В. Барковська. – 5-те вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 448с.
2. Валєєв К.Г. Вища математика для економістів: навч. посібник / К. Г. Валєєв, І. А. Джалладова, С. В. Дегтяр. – К.: Знання, 2011. – 287с.
3. Васильченко І.П. Вища математика для економістів: підручник / І. П. Васильченко. – 3-тє вид., випр. і допов. – К.: Знання, 2007. – 454с.
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. Збірник задач з вищої математики. Ч.1 / Укл. Мартиненко В.С. та ін. – К : КНТЕУ, 2000. – 210с.
6. Збірник задач з вищої математики. Ч.2 / Укл. Мартиненко В.С. та ін. – К : КНТЕУ, 2001. – 220с.
7. Ковальчук Т.В. Вища математика для економістів: підручник. Ч.1 / Т. В. Ковальчук, В. С. Мартиненко. – К.: КНТЕУ, 2005. – 395с.
8. Ковальчук Т.В. Вища математика для економістів: підручник. Ч.2 / Т. В. Ковальчук, В. С. Мартиненко, В. І. Денисенко. – К.: КНТЕУ, 2007. – 342с.
9. Макарєнко В.О. Вища математика для економістів: навч. посібник / В. О. Макарєнко. – К.: Знання, 2008. – 517с.
10. Чубатюк В.М. Вища математика: навч. посібник / В. М. Чубатюк. – К.: Професіонал, 2006. – 432с.

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. Правознавство.

5.2 Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. I.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Киричук А.С., к.п.н., доцент.

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 / В.І. Кунченко-Харченко, В.Г. Печерський, Ю.Ю. Трубін. – К.: Кондор, 2011. – 474с.
2. Молдован В.В. Правознавство: навч. Посібник / В.В Молдован, Л.І Чулінда. – 2-ге вид. переробл. І 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. Українська мова (за професійним спрямуванням).

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018

5.4. Семестр. I.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Смагло Н.С., к.філол.н., доцент, Мартинова Л.Б. к. філол. н., доцент

5.6. Результати навчання. Формування чіткого і правильного розуміння ролі державної мови у професійній діяльності; забезпечення досконалого володіння нормами сучасної української літературної мови та дотримання вимог культури усного й писемного мовлення; ознайомлення з особливостями офіційно-ділового та наукового стилів мовлення, їх практичного застосування у різних сферах діяльності фахівців.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання української мови рівня повної загальної середньої освіти.

5.8. Зміст. Державна мова – мова професійного спрямування. Основи культури української мови. Стилі сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні. Спілкування як інструмент професійної діяльності. Риторика і мистецтво презентації. Культура усного фахового спілкування. Форми колективного обговорення професійних проблем. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. Українська термінологія в професійному спілкуванні. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні. Проблеми перекладу і редагування текстів.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Корж А. В. Українська мова професійного спрямування : навч. посібник / А. В. Корж. – К. : Правова єдність, 2010. – 296 с.
2. Мозговий В. І. Українська мова у професійному спілкуванні : Модульний курс. Навч. посібник / В. І. Мозговий. – 2-е вид., перероб. і доп. – К : Центр навчальної літератури, 2010. – 592с.

3. Погиба Л. Г. Українська мова фахового спрямування : підручник / Л. Г. Погиба, Т. О. Грибіниченко, Л. М. Голіченко. – К. : Кондор, 2011. – 350 с.
4. Коломієць В. С. Українська мова. Практикум : навч. посібник / В. С. Коломієць, С. Ю. Шашенко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 125 с.
5. Шевчук С. В. Українська мова (за професійним спрямуванням) : підручник / С. В. Шевчук. – 4-те вид., – К. : Арій, 2010. – 576 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. Іноземна мова (за професійним спрямуванням).

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2019.

5.4. Семестр. I, II, III, IV.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Гладько С.В., к.філол.н., доцент, Западинська І.Г., к.п.н., доцент, Сікорська Л.О., к.філол.н., доцент, Шостак У.В., к.псих.н., ст. викладач, Калініченко А.І., к.п.н., доцент, Швець Г.В., к.п.н., доцент, Бондар Н.Д., к.п.н., асистент, Войноровська Н.В., к.п.н., доцент.

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 вмій 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. 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. II. Розвиток професійно-орієнтованої комунікативної компетенції. Будується на іншомовному фаховому матеріалі, але на більш широкій лексичній основі та

з урахуванням вузькопрофесійного спрямування. Теми: Основні функції маркетологів. Маркетингове середовище. Міжнародний маркетинг. “За” і “проти” основних засобів реклами. Товар та його ціна. Класифікація товарів. Канали розподілу товарів. Форми торгівлі. Цільовий маркетинг та сегментація ринку. Маркетинговий менеджмент. ПР (публік рилейшнз – зв’язки з громадськістю).

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Англійська мова за професійним спрямуванням. Збірник текстів та завдань для самостійної роботи студентів : освіт.-кваліф. рівень "бакалавр," напр. підгот. 030302 "Реклама та зв'язки з громадськістю" 030507 "Маркетинг" / авт. Г. Є. Харченко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 39 с.
2. Данилова, З. В. Ділова англійська мова. Основи маркетингу / З. В. Данилова. – Тернопіль : СМП "Астон", 1999. – 135 с.
3. Латигіна, А. Г. Практикум з перекладу англомовних фахових текстів : Навч. посібник / А. Г. Латигіна, Н. В. Бессараб, Е. П. Тютченко. – К : КНТЕУ, 2007. – 123 с.
4. Рудешко, Є. В. Англійська мова сфери маркетингу = English of marketing : навч. посібник / Є. В. Рудешко. – К. : КНТЕУ, 2013. – 300 с.
5. Строкань, Н. О. Німецька економічна мова = Wirtschaftsdeutsch : [навч. посібник] / Н. О. Строкань. – К. : КНТЕУ, 2013. – 212 с. Буданов С.І. Geschäfts deutsch. Ділова німецька мова / С.І. Буданов, О.М. Трищ. – Харків : “ТОРСІНГ ПЛЮС” 2006. – 112 с.
6. Фрайхофф Д. Німецька економічна мова: Навчальний посібник / Д. Фрайхофф, О.В. Бекетова, Н. Ізерманн Н. – Вінниця : Нова книга, 2001. – 169 с.
7. Харченко, Г. Є. Англійська мова рекламного бізнесу = English of advertising : Підручник / Г. Є. Харченко. – К : КНТЕУ, 2006. – 165 с.
8. Cotton, D. Market leader : intermediate business english course book / D. Cotton, D. Falvey, S. Kent. – England : Pearson Longman, 2009. – 176
9. English for Marketers : Збірник оригінальних текстів з англійської мови / Уклад. Л.С.Орлик, Л.Г. Бальзаннікова. – К : КНТЕУ, 2006. – 118 с.
10. Mascull Bill. Business Vocabulary in Use (Intermediate) / Mascull Bill. - Cambridge University Press, 2006. – 172 p.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

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

5.1. Назва. Психологія.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Штифурак В.Є., д.п.н., професор.

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. «Українська мова за профспрямуванням», «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. Сергєєнкова, 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-Кузнєцов, 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. Історія України.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Стопчак М.В., д.істор.н., професор.; Чорна Н.М., к.істор.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Сформувати 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. Фізичне виховання.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2019.

5.4. Семестр. I,II,III,IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Пуздимір М.І., доцент, Тунік Л.Д., ст. викладач, Сальникова С.В., асистент, Ворожцова Т.В., асистент.

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. Базові навички з «Фізичної культури» рівня повної загальної середньої освіти.

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. Пауерліфтінг.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Присяжнюк С. І. Фізичне виховання : навч. посібник / С. І. Присяжнюк. – 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 і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Безпека життєдіяльності.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Рябенка М.О., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Опанування знаннями, вміннями та навичками вирішувати професійні завдання з обов'язковим урахуванням галузевих вимог щодо забезпечення безпеки персоналу та захисту населення в небезпечних та надзвичайних ситуаціях і формування мотивації щодо посилення особистої відповідальності за забезпечення гарантованого рівня безпеки функціонування об'єктів галузі, матеріальних та культурних цінностей в межах науково-обґрунтованих критеріїв прийнятного ризику.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. –

5.8. Зміст. Основні поняття та визначення безпеки життєдіяльності. Людина як елемент системи «людина – життєве середовище». Техногенні небезпеки

та їх вплив на життєдіяльність людини. Природні небезпеки. Соціально – політичні небезпеки . Безпека життєдіяльності в умовах надзвичайних ситуацій. Організація та управління безпекою життєдіяльності.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Безпека життєдіяльності : Навч. посібник / Ю. С. Скобло, В. Г. Цапко, Д. І. Мазоренко, Л. М. Тіщенко ; За ред. В.Г. Цапка. – 4-е вид., перероб. і допов. – К : Знання, 2006. – 397с.
2. Безпека життєдіяльності : нормативні документи для навчальних закладів. – 4-те вид., допов. і перероб. – К. : Основа, 2010. – 1024 с.
3. Безпека життєдіяльності : опорний конспект лекцій / авт.: О. С. Болілій, Л. А. Карпенко. – К. : КНТЕУ, 2013. – 82 с.
4. Безпека життєдіяльності : підручник / [О. І. Запорожець, Б. Д. Халмурадов, В. І. Применко, В. О. Михайдюк, Т. Я. Коніцула]. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 448 с.
5. Безпека життєдіяльності : підручник / В. П. Пішак, М. М. Радько, О. О. Воробйов та ін. ; за ред. М.М. Радька. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 360с.
6. Безпека життєдіяльності. Збірник тестових завдань / уклад. О. С. Болілій, Л. Д. Романчук. – К. : КНТЕУ, 2009. – 47 с.
7. Безпека життєдіяльності. Практикум / авт. О. С. Болілій. – К. : КНТЕУ, 2012. – 93 с.
8. Вдовенко І. С. Методика викладання курсу безпеки життєдіяльності : навч. посібник / І. С. Вдовенко. – К. : Кондор, 2011. – 196 с.
9. Геврик Є. О. Безпека життєдіяльності : навч. посібник / Є. О. Геврик. – К. : Ельга-Н, КНТ, 2007. – 384с.
10. Мягченко О. П. Безпека життєдіяльності людини та суспільства : навч. посібник / О. П. Мягченко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 384 с.
11. Лапін В. М. Безпека життєдіяльності людини : навч. посібник / В. М. Лапін. – 6-е вид., перероб. і допов. – К. : Знання, 2007. – 332с.

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 (залік).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Статистика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Мельничук О.П., к.е.н., доцент.

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. «Історія економіки та економічної думки», «Математика для економістів», «Економічна інформатика», «Політична економія», «Економіко-математичне моделювання», «Мікроекономіка».

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 [Текст] : [навч. посібник] / В.К. Горкавий. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Алерта, 2012. – 608 с.
2. Опря, А. Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань) [Текст] : навч. посібник / А.Т. Опря. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
3. Мармоза, А. Т. Теорія статистики [Текст] : підручник для студентів вищих навчальних закладів / А.Т. Мармоза. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2013.
4. Ткач, Є.І. Загальна теорія статистики: Підручник / Є.І. Ткач, В.П. Сторожук. – 3-тє видання. - К.: Центр учбової літератури, 2009. – 442 с.
5. Лугінін, О. Є. Статистика [Текст] : Підручник / О.Є. Лугінін. – 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 (тестування, усне, письмове опитування, вправи, задачі, ситуаційного завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економічна інформатика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Добровольська Н.В., к.п.н., ст. викладач.

5.6. Результати навчання. Набуття студентами теоретичних знань з питань економічної інформатики, сучасних інформаційних технологій і практичних навичок з використання програмних продуктів пакету Microsoft Office для розв'язання професійних задач.

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

5.8. Зміст. Структура та форми подання інформації. Інформаційні системи та технології: основні поняття та визначення. Програмне забезпечення сучасних ПК. Операційна система Windows. Стандартні та службові програми. Призначення та функціональні можливості текстового редактора MS Word. Робота з документами складної структури у текстовому редакторі MS Word. Табличний процесор MS Excel: загальна характеристика, функціональні можливості, основи роботи в системі. Табличний процесор MS Excel: робота з формулами та функціями. Технологія створення діаграм та графіків у MS Excel. Робота зі списками та базами даних у MS Excel. Використання засобів аналізу та прогнозування даних у MS Excel. Програма створення презентацій MS PowerPoint. Технологія створення презентацій засобами MS PowerPoint та комп'ютерної графіки. Системи управління базами даних. Моделі організації даних. Реляційні СУБД та тенденції їх розвитку. Класифікація СУБД, їх властивості та функції. Призначення, особливості та можливості СУБД Access. Об'єкти Ms Access та їх коротка характеристика. Формалізація та алгоритмізація обчислювальних процесів. Об'єктно-орієнтоване програмування засобами VBA.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Апатова Н.В. Інформатика для економістів : підручник / Н.В. Апатова, О.М. Гончарова, Ю.Ю. Дюлічева. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 456 с.
2. Буйницька О.П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання : навчальний посібник / О.П. Буйницька. – К. : ЦУЛ, 2012. – 240 с.
3. Макарова М.В. Інформатика та комп'ютерна техніка : навч. посібник / М.В. Макарова, Г.В. Карнаухова, С.В. Запара ; за ред. М.В. Макарової. – 3-тє вид., переробл. і допов. – Суми : Університетська книга, 2008. – 665 с.
4. Мельникова О.П. Економічна інформатика : навч. пос. / О.П. Мельникова. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 424 с.
5. Наливайко Н.Я. Інформатика: навч. пос. / Н.Я. Наливайко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 576 с.
6. Форкун Ю.В. Інформатика : навчальний посібник / Ю.В. Форкун, Н.А. Длугунович. – Львів : «Новий Світ-2000», 2012. – 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, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва: Економічна теорія.

5.2. Тип: Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2017/2018.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Осіпова Л.В. к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. У результаті вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні орієнтуватися у сучасних економічних процесах; опанувати економічне мислення; застосовувати набуті знання у своїй професійній та громадській діяльності.

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

5.8. Зміст. Вступ до курсу. Предмет і метод економічної теорії. Економічна система суспільства. Відносини власності. Основні віхи світової і вітчизняної думки про політику. Ринкова економіка: суть, структура та інфраструктура. Капітал як економічна категорія і фактор виробництва. Теорія поведінки споживача. Підприємство в умовах ринкового. Сутність процесу суспільного відтворення. Відтворення національного продукту і національного багатства. Макроекономічна рівновага та циклічність суспільного виробництва. Державне регулювання в умовах ринкової економіки. Теоретичні аспекти ринкової трансформації економіки України. Закономірності розвитку світового господарства.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Безугла В. О. Мікроекономіка : навч. посібник / В. О. Безугла, І. І. Постіл. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.
2. Бобров В. Я. Основи ринкової економіки і підприємництва : підручник / В. Я. Бобров. – К. : Вища школа, 2003. – 719 с.
3. Вступ до економічної теорії : підручник / З. Ватаманюк, С. Панчишин, С. Кудин та ін. ; за ред. З. Ватаманюка. – 3-є вид., допов. – Львів : Новий світ - 2000, 2007. – 504 с.
4. Гальчинський А. С. Основи економічних знань : навч. посібник / А. С. Гальчинський, П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Вища школа, 2002. – 543 с.
5. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
6. Економічна теорія: (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : навч. посібник / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. - 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.
7. Економічна теорія: політична економія : підручник / С. І. Юрій, І. В. Буян, Р. М. Березюк та ін. ; за заг. ред. С. І. Юрія. – К. : Кондор, 2009. – 604 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. Товарознавство.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Сіренко С.О., к.т.н., доцент;
Лояніч Г.С., к.т.н., доцент.

5.6. Результати навчання. У результаті вивчення курсу здобувачі вищої освіти повинні знати:

- основні поняття і категорії у сфері товарознавства як продовольчих, так і непродовольчих товарів;
- основні системи класифікації товарів;
- взаємозв'язок формування якості товарів з сировинними матеріалами та сучасними технологіями виробництва;
- споживні властивості та асортимент окремих груп продовольчих та непродовольчих товарів.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Регіональна економіка», «Макроекономіка», «Маркетинг», «Мікроекономіка»

5.8. Зміст. Теоретичні основи товарознавства харчових продуктів. Зерно і продукти його переробки. Овочі, плоди, гриби та продукти їх переробки. Крохмаль, цукор, мед та кондитерські вироби. Смакові товари. Харчові жири. Молоко і молочні продукти. Яйця і яєчні продукти. М'ясо і м'ясопродукти. Риба і рибні товари. Харчові концентрати.

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. Хуторно-хутрянні 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. Мікроекономіка

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Павлюк Т.І. к.е.н., доцент, Чорна Н.М. д.істор.н., професор, Юрчик І.Б. ст. викладач.

5.6. Результати навчання. Вміння володіти основними методами пізнання економічних процесів і явищ для застосування цих знань на практиці в майбутній професійній діяльності, вдатність володіти навчальним матеріалом, узагальнювати, робити власні висновки, виховання логіки сучасного економічного мислення, формування цілісного уявлення про функціонування економіки на національному і загальносвітовому рівнях, можливість виробити грамотну господарську поведінку в умовах ринкової системи.

5.7. Обов'язкові попередні навчальної дисципліни. «Політична економія» або «Основи економічної теорії»

5.8. Зміст. Вступ до мікроекономіки. Предмет та метод. Корисність економічного блага. Економічний вибір. Аналіз поведінки споживача. Попит та пропозиція. Теорія еластичності. Теорія граничних продуктів та мікроекономічна модель підприємства. Витрати виробництва. Ринок досконалої конкуренції. Монопольний ринок. Ринок монополістичної конкуренції. Олігополістична структура ринку. Похідний попит. Ринок праці. Ринок капіталу. Економічна ефективність та добробут. Держава в мікроекономічній теорії: зовнішні ефекти та громадські блага.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Андреюк Н.В. Мікроекономіка : навч. посіб. / Н.В. Андреюк. – К. : Кондор, 2004. – 176 с.
2. Базилевич В.Д. Мікроекономіка : Опорний конспект лекцій / В.Д. Базилевич. – К. : Четверта хвиля, 1999. – 248 с.
3. Базилінська О.Я. Мікроекономіка : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / О.Я. Базилінська, О.В. Мініна. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 351с.
4. Безугла В.О. Мікроекономіка : навч. посіб. / В.О. Безугла, І.І. Постіл. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.
5. Білецька Л.В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. посіб. / Л.В. Білецька, О.В. Білецький. В.І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 652 с.
6. Вінніченко І.І. Мікроекономіка : навч. посіб. / І.І. Вінніченко, Н.В. Дацій, С.О. Корецька. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 272 с.
7. Горобчук Т.Т. Мікроекономіка : навч.-метод. посіб. / Т.Т. Горобчук. – К. : ЦУЛ, 2002. – 236 с.
8. Гронтковська Г.Е. Мікроекономіка. Практикум : навч. посіб. / Г.Е. Гронтковська, А.Ф. Косік. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 404 с.

9. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій та вправи : навч. посіб. / А.О. Задоя. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання, 2002. – 211 с.
10. Зянько В.В. Основи мікроекономіки : навч. посіб. для студ. вузів / В.В. Зянько. – Вид. 2-е, переробл. і доп. – К. : Слово, 2009. – 344 с.
11. Калініченко О.В. Мікроекономіка. Практикум : навч. посіб. / О.В. Калініченко, Л.М. Березіна. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 432 с.
12. Канцір І.А. Макро-мікроекономіка: від теорії до практики : навч. посіб. / І.А.Канцір, О.І. Кліпкова, Л.В. Іванець. – Л. : Новий Світ-2000, 2011. – 443 с.
13. Карагодова О.О. Мікроекономіка : навч. посіб. / О.О. Карагодова, Д.М. Черваньов. – К. : Четверта хвиля, 1997. – 208 с.
14. Косік А.Ф. Мікроекономіка : навч. посіб. / А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковська. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 438 с.
15. Кушнір В.С. Мікро- та макроекономіка : навч. посіб. / В.С. Кушнір. – К. : ІНКОС, центр учбової літератури, 2006. – 256 с.
16. Лісовий А.В. Мікроекономіка : навч. посіб. / А.В. Лісовий. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 208 с.
17. Мікроекономіка і макроекономіка : підруч. для студентів екон. спец. закл. освіти. У 2-х ч. / С.М. Будаговська, О.І. Кілієвич, І.О. Луніна, ін.; За ред. Будаговської С.М. – 3-тє вид. – К. : Основи, 2003. – 517 с.
18. Мікроекономіка : навч. посіб. / В.І. Мельникова, В.Г. Яременко, О.П. Мельникова, В.О. Корнівська. – К.: Професіонал, 2005. – 400 с.
19. Мікроекономіка : підруч. / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, А.І. Ігнатюк, С.В. Слухай; За ред. В.Д. Базилевич. – К. : Знання, 2007. – 677 с.
20. Мікроекономіка : підруч. для студ. вузів ; за заг. ред.: П.Ю. Буряка, О.Г. Гупала. – К. : Хай-Тек Прес, 2012. – 560 с.
21. Наливайко А.П. Мікроекономіка : навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни / А.П. Наливайко, Н.В. Задорожна; За ред. Наливайка А.П. – К. : КНЕУ, 1999. – 208 с.
22. Нарижна Л.Д. Мікроекономіка в схемах : навч. посіб. / Л.Д. Нарижна, Л.Н. Пономарьова. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 160 с.
23. Павленко І.М. Мікроекономіка : навч. посіб. / І.М. Павленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 288 с.
24. Стеблій Г.Я. Мікроекономіка : навч. посіб. / Г.Я. Стеблій. – К. : «Фірма «ІНКОС», Центр навчальної літератури, 2007. – 221 с.
25. Ястремський О.І. Основи мікроекономіки : підруч. / О.І. Ястремський, О.Г. Гриценко. – К. : Знання, 1998. – 714 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 торгівлі.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Штифурак В.Є., д.п.н., професор.

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. «Психологія», «Соціологія».

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 / О.І.Малхазов.– 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 / В.С.Савельєва, О.Л.Єськов, В.М.Вакулєнко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
4. Ходаківський Є.І. Психологія управління: підручник / Є.І.Ходаківський, Ю.В.Богоявленська, Т.П.Грабар; за ред. Є.І.Ходаківського. – 3-тє вид., переробл. і допов. – К.: Центр учбової літератури, 2011.– 664 с.
5. Цимбалюк І.М. Психологія торгівлі: Навч. посібник / І. М.Цимбалюк. – 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. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гарбар В.А., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Здобуття студентами навичок сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань щодо закономірностей та особливостей функціонування основних моделей ринкових структур, основних принципів поведінки фірм та їх наслідків, особливостей галузевої політики держави.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Історія економіки та економічної думки», «Статистика» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Вступ до теорії галузевих ринків. Предмет та метод. Ринкова структура та ринкова влада. Теорія поведінки фірми в умовах монополії. Статичні та динамічні моделі домінуючої фірми. Диференціація продукту та реклами. Вертикальна інтеграція та вертикальні обмеження. Олігополістична взаємодія на галузевих ринках. Цінова дискримінація. Державна галузева політика.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Аналітична економія : макроекономіка і мікроекономіка : підручник / ред. : С.М. Панчишин, П.І. Островерх. - К. : Знання, 2010. – 437 с.
2. Базилінська О.Я. Макроекономіка : навчальний посібник / О.Я. Базилінська. - К. : ЦУЛ, 2009. – 442 с.
3. Базилінська О.Я., Мініна О.В. Мікроекономіка : Навчальний посібник / За ред. О.Я. Базилінської. – К. : ЦУЛ, 2005. – 352 с.
4. Башнянин Г.І., Щедра О.В. та інші. Мікроекономічна теорія : Навч. посібник / За ред. д.е.н., проф. Г.І. Башнянина і к.е.н., доц. О.В. Щедрої. – Львів : Новий Світ–2000, 2007. – 640 с.
5. Білецька Л.В. Економічна теорія : Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. посіб. / Л.В. Білецька, О.В. Білецький, В.І. Савич. – К. : ЦУЛ, 2009. – 688 с.
6. Бочан І.О. Основи економічної теорії : інституціональний підхід : навч. посіб. / І.О. Бочан. – К. : Знання, 2012. – 211 с.
7. Гронтковська Г.Е. Макроекономіка : навчальний посібник / Г.Е. Гронтковська, А.Ф. Косік. - К. : ЦУЛ, 2010. – 672 с.
8. Економічна теорія. Макроекономіка : Підручник / За ред. В.М. Тарасевича. - К. : Знання, 2012. – 206»с.
9. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки : теорія, практика, напрями регулювання : Монографія / А.І. Ігнатюк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 465 с.
10. Макроекономіка та макроекономічна політика : навчальний посібник / ред. А.Ф. Мельник. - К. : Знання, 2008. - 699 с.
11. Макроекономіка : навчальний посібник / ред. М.І. Макаренко. - К. : ЦУЛ, 2014. – 216 с.
12. Макроекономіка : підручник / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик. - К. : Знання, 2008. – 743 с.
13. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков: Учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. – М. : ИНФРА–М, 2008. – 442 с.
14. Стеблій Г.Я. Мікроекономіка : Навчальний посібник / Г.Я. Стеблій. – К. : ЦУЛ, 2007. – 221 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. 2018/2019.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

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: Філософія.

5.2. Тип: Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Морозова Л.П., д.філол.н., професор; Бичков М.М., к.філол.н., доцент.; Маскевич О.Л., ст.викладач.

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», «Психологія»;

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. Ільїн В.В., Кулагін Ю.Л. Філософія: Підручник в 2 ч. - Ч.І. Історія розвитку філософської думки. - К.: Альтерпрес, 2002. - 464 с; Ч.ІІ. 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. Менеджмент.

5.2. Тип: Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бондарчук Л.В. к.е.н., доцент.

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», «Основи економічної теорії», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Теорія організацій» 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. Менеджмент : навч. посібник / Т. Г. Дудар, Р. В. Волошин, В. Т. Дудар. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 336 с.
2. Дяченко Т. О. Основи менеджменту : навч. посібник / Т. О. Дяченко. – К.: Кондор, 2010. – 176 с.
3. Менеджмент: навч. посібник / Г. Є. Мошек, Ю. В. Поканевич, А. С. Соломко, А. В. Семенчук ; за заг. ред. Г. Є. Мошека. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.

4. Менеджмент: навч. посібник / С. І. Михайлов, Т. І. Балановська, О. С. Степасюк та ін.; за ред. С. І. Михайлова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
5. Менеджмент: підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко. – 2-ге вид. – К.: Кондор, 2012. – 758 с.
6. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд., пер. с англ. – М.: Вильямс, 2008. – 672 с.: ил.
7. Осовська Г. В. Основи менеджменту: навч. посібник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2010. – 368 с.
8. Рудьєв В. А. Менеджмент: навч. посібник / В. А. Рудьєв, С. О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
9. Стадник В. В. Менеджмент: підручник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – 2-ге вид., випр., допов. – К.: Академвидав, 2010. – 472 с. – (Альма-матер).

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 огляду, конспекту, презентації, вправи, задачі, ситуаційні завдання тощо)
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Основи підприємництва.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. IV.

5.5. ШБ лектора, науковий ступінь, посада. Ткачук О.М., д.е.н., професор.

5.6. Результати навчання. Оволодіння здобувачами знання 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. «Основи економічної теорії», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Філософія», «Просторова економіка» тощо.

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

2. Головач В.В. Аудит і підприємницька діяльність/В.В.Головач//Економіка, фінанси, право.-2012.-№8.-С.37-38.
3. Герасименко А.Г. Аналіз і контроль концентрації суб'єктів господарювання: підручник/А.Г.Герасименко.-К.:КНТЕУ,2012.-484с.
4. Краснокутська Н. Підприємницький потенціал України в порівнянні з країнами ЄС/Н.Краснокутська//Вісник КНТЕУ.-2010.-№1.-С.25-33.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 728 с.
6. Попова Н. И. Организационно-правовые нормы предпринимательской деятельности в Германии, их влияние на построение учета и формирование отчетности/Н.И.Попова, А.И.Попович//Економіка, фінанси, право.-2013.-№2.-С.82-85.
7. Головацька В.В. Підприємництво та його соціально-економічна суть/В.В.Головацька//Економіка АПК.-2007.-№12.-С.57-63.
8. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посібник / Н. М. Яркіна. – К. : 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).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва Економічна статистика.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Фурман Т.Ю., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Застосовувати методи збирання статистичної інформації про соціально-економічний розвиток на макро-, та мікрорівні, її систематизації та класифікації; застосовувати статистичні методи обробки, узагальнення і аналізу економічної інформації; аналіз конкурентоспроможності товарів, видів діяльності відповідно до міжнародних стандартів; аналіз ринкової кон'юнктури, зовнішньоекономічної діяльності, демографічної ситуації та інше; прогнозувати діяльність об'єктів спостереження відповідно до економічних завдань; визначати резерви підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємств на основі результатів статистичного аналізу.

5.7. Обовязкові попередні навчальні дисципліни. «Вища та прикладна математик», «Економічна теорія», «Економічна інформатика», «Статистика», «Мікроекономіка» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Вивчення особливостей масових соціально-економічних явищ, дослідження кількісної сторони цих явищ у нероздільному зв'язку з їх якісним змістом у конкретних умовах місця і часу.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Беркита К. Ф. Економічна статистика: курс лекцій : Навч. посібник / К. Ф. Беркита. - К : Професіонал, 2004. - 208с.
2. Борух В. О. Економічна статистика: Навч. посібник / В.О. Борух, Р.В. Алямкін. - К : Ліра-К, 2006. - 318с.
3. Економічна статистика: Навч. посібник / Р. М. Моторин, А. В. Головач, А. В. Сідорова та ін.; За ред. Р.М. Моторина. — К : КНЕУ, 2005. - 362с.
4. Крамченко Л. І. Економічна статистика: Навч. посібник / Л. І. Крамченко, Н. П. Лутчин, Б. С. Москаль. - 2-ге вид., виправ, і допов. - Львів : Новий Світ-2000, 2006. - 364с.
5. Уманець Т. В. Економічна статистика: Навч. посібник / Т. В. Уманець. -К : Знання, 2006. - 429с.

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 (залік письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економіко-математичне моделювання.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бондар М.В., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Формування системи знань з методології та інструментарію побудови і використання різних типів економіко-математичних моделей.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з «Математика для економістів», «Статистика». Знання та навички з індивідуальних розділів програми «Теорія ймовірностей та математична статистика».

5.8. Зміст. Однофакторна економетрична модель. Багатофакторна лінійна регресійна модель. Кореляційно-регресійний аналіз. Побудова економетричної моделі з автокорельованими лишками. Мультиколінеарність. Гетероскедастичність та її наслідки. Побудова економіко-математичних моделей, економічних процесів та явищ. Графічне розв'язання задач лінійного програмування. Основи графічного аналізу моделей на чутливість. Логічний симплекс-метод. Табличний симплекс-метод. Метод штучного базису. Двоїстість в задачах математичного програмування. Транспортна задача. Задача нелінійного опуклого програмування.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Вітлінський В. В. Математичне програмування : навч.-метод. посібник для самот. вивч. дисц. / В. В. Вітлінський, Т. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2001. – 248 с.
2. Економетрія: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Л. Лещинський, В. В. Рязанцева, О. О. Юнькова. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.
3. Лук'яненко І. Г., Краснікова Л. І. Економетрика: Підручник / І. Г. Лук'яненко, Л. І. Краснікова. – К. : Товариство «Знання», КОО, 1998. – 494 с.
4. Практикум по економетрике : Учеб. пособие / И. И. Елисеева, С. В. Курышева, Н. М. Гордеенко и др.; Под ред. И. И. Елисеевой. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 192 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Лекції, практичні заняття, самотійна 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. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Гарбар В.А., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Здобуття студентами навичок сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних 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. «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Фінанси», «Економічна статистика», «Основи підприємництва», «Просторова економіка», «Політична економія».

5.8. Зміст. Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці. Цільові характеристики діяльності підприємства на ринку. Планування діяльності підприємства. Планування обсягів виробництва та реалізації продукції підприємства. Виробнича потужність підприємства. Ресурсний потенціал підприємства. Основні засоби та нематеріальні ресурси підприємства. Матеріальні запаси підприємства. Трудові ресурси. Інноваційна діяльність та її роль у нарощенні ресурсного потенціалу підприємства. Поточні витрати підприємства. Фінансові результати діяльності підприємства. Ефективність та конкурентоспроможність підприємства.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства : Навч. посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
2. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посібник / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 304 с.
3. Економіка підприємства: збірник тестів і задач : навч. посібник / А. В. Шегда, Т. Б. Харченко, Ю. А. Сагайдак, Л. О. Пашнюк. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 240 с.
4. Захарченко В. І. Економіка підприємства: практикум (збірник задач і виробничих ситуацій) : навч. посібник / В. І. Захарченко, М. М. Меркулов, Л. В. Ширяєва. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 144 с.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 728 с.
6. Мацибора В. І. Економіка підприємства : навч. посібник / В. І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. – К. : Каравела, 2008. – 312с.
7. Нестерчук Ю. О. Економіка підприємства : навч.-метод. посібник / Ю. О. Нестерчук, С. А. Сегеда. – Вінниця : Едельвейс і К, 2014. – 372 с.
8. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посібник / Н. М. Яркіна. – К. : 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 Маркетингові комунікації.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

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

5.7. Обовязкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама в системі маркетингу», «Рекламний креатив», «Зв'язки з громадськістю».

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 Маркетингові дослідження.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

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. Маркетинг послуг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

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 пслуг; управління сервісними продуктами; аналіз та контроль рівня виконання послуги.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання та навички з розділів «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації».

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; Позичіонування 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. Пашук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: навч. Посіб. / О.В. Пашук. – 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 (залік письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Логістика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

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», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства», «Бухгалтерський облік», «Менеджмент підприємства», «Організація торгівлі».

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. Москвітїна, 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. Організація торгівлі.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Шарко В.В., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особливості і розвитку таких компетенцій: здобуття глибоких теоретичних знань з питань розвитку торговельного підприємництва, формування роздрібної торговельної мережі, організації торгово-технологічних процесів в магазинах і обслуговування покупців, організації оптової торгівлі та товаропостачання підприємств роздрібної 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 роздрібною торгівлі; набуття навичок оцінки соціально-економічної ефективності організації торгівлі.

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

5.8. Зміст. Сутність, функції і завдання організації торгівлі. Організаційна та функціональна структура торгівлі. Організаційні основи функціональної роздрібною 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 роздрібною торговельною 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. Інформаційні війни.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Половенко Л.П., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Здобуття фундаментальних знань, необхідних для ефективної діяльності в сфері інформаційних відносин; оволодіння практичними знаннями про специфіку ведення інформаційної війни на міжнародному та національному рівнях; формування вміння аналізувати методи і прийоми інформаційного впливу та інформаційної боротьби (визначати приховану політичну рекламу, визначати методи маніпулювання); ознайомлення з історією ведення інформаційних війн та сучасними особливостями вирішення інформаційних конфліктів; оволодіння базовими знаннями щодо засобів забезпечення інформаційної безпеки держави, організації, фірми в психологічній, організаційній, правовій та технічній сферах.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Курс має теоретичний та прикладний виміри, на міждисциплінарному рівні тісно пов'язаний з політологією, соціологією, міжнародними відносинами, теорією комунікацій тощо.

5.8. Зміст. Основні поняття та сутність інформаційних воєн. Інтернет як новітня мережа загальносвітового поширення інформації. Інформаційна безпека сучасності. Організаційно-правове забезпечення захисту інформації. Структура та змістовний вимір інформаційних воєн сучасності. Механізми та інструментарій інформаційних воєн. Методології та технології інформаційних воєн.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кіслов Д. В. Інформаційні війни : монографія / Д. В. Кіслов. – К. : КНТЕУ, 2013. – 300 с.
2. Кормич, Б. А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : Навч. посібник / Б. А. Кормич. – К : Кондор, 2004. – 384с.
3. Ліпкан, В. А. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції : Навч. посібник / В. А. Ліпкан, Ю. Є. Максименко, В. М. Желіховський. – К : КНТ, 2006. – 280с. – (Національна і міжнародна безпека).
4. Ліпкан, В. А. Національна безпека України : навч. посібник / В. А. Ліпкан. – К. : Кондор, 2008. – 552 с.
5. Орлова Т. В. Історія сучасного світу (XV-XXI століття) : навч.посібник / Т. В. Орлова. – К. : Вікар, 2008. – 552с.
6. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. Посібник. / Г.Г. Почепцов, С.А. Чукут. – К.: Знання, 2008. – 663 с.
7. Цивільна оборона України : [навч. посібник] / Я. І. Бедрій, Р. М. Івах, В. О. Роцин, В. М. Ємкало. – К. : Кондор, 2011. – 358 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 (залік письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Бухгалтерський облік.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Овсюк Н.В., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Опанування методології бухгалтерського обліку, а також формування у студентів сучасного економічного мислення, глибокого комплексного розуміння проблем щодо організації бухгалтерського обліку на підприємствах України, набуття практичних навичок з прийняття обґрунтованих рішень тактичного та стратегічного розвитку підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Фінансова звітність», «Управлінський облік».

5.8. Зміст. Сутність бухгалтерського обліку та його функції. Бухгалтерський баланс як елемент методу бухгалтерського обліку. Рахунки та подвійний запис як елементи методу бухгалтерського обліку. Документація як елемент методу бухгалтерського обліку. Інвентаризація, оцінка та калькуляція як елементи методу бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік основних господарських процесів.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Білоусько В. С. Теорія бухгалтерського обліку : навч. посібник / В. С. Білоусько, М. І. Беленкова ; за ред. В.С. Білоуська. – 6-те вид., допов. – К. : Алерта, 2010. – 402 с.
2. Бухгалтерський облік : опорний конспект лекцій / авт.: А. П. Шаповалова, О. В. Сопко. – К. : КНТЕУ, 2011. – 94 с.
3. Бухгалтерський облік і аудит : термінологічний українсько-російсько-англійський словник : навч. посібник / Ю. А. Верига, В. Л. Іщенко, Т. В. Гладких [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 292 с.
4. Бухгалтерський облік в Україні : навч. посібник / Р. Л. Хом'як, В. І. Лемішковський, А. С. Мороз [та ін.] ; За ред. Р.Л. Хом'яка, В.І. Лемішовського. – 7-ме вид., доп. і перероб. – Львів : Інтелект-Захід, 2008. – 1224 с.
5. Лень В. С. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика : навч. посібник / В. С. Лень, В. В. Гливенко. – 3-тє вид. випр. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 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. Маркетингова товарна політика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

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», «Історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Маркетинг», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова політика комунікацій», «Організація зв'язків з громадськістю», «Економіка підприємства», «Товарознавство».

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.

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, усне та письмове опитування, перевірка конспектів, презентацій, задач, ситуаційних вправ);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

- 5.1. Назва** Основи реклами.
- 5.2. Тип.** Обов'язкова.
- 5.3. Рік навчання.** 2019/2020.
- 5.4. Семестр.** VI.
- 5.5. Лектор, науковий ступінь, посада.** Ковінько О.М., к.е.н., доцент.
- 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. Обовязкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Цінова політика в системі маркетингу», «Економіка підприємства», «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.
- 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).
- 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.** Управління продажем.
- 5.2. Тип.** Вибіркова.
- 5.3. Рік навчання.** 2019/2020.
- 5.4. Семестр.** VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бондаренко В.М., д.е.н., професор.
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.

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

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.

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.

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 (залік).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетингова цінова політика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості й розвитку таких компетенцій: формування навичок розробки маркетингової цінової політики підприємства, використання методів ціноутворення, розробки системи знижок та надбавок.

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

5.8. Зміст. 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. Белявцев М.І. Маркетингова цінова політика/ М.І. Белявцев , І.В. Петренко , І.В. Прозорова – Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. –332с.
2. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика. Навчальний посібник. / А. О. Длігач. – К.: ВД «Професіонал», 2006. - 304 с
3. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. / Я.В. Литвиненко. – К.: ДП “Видавничий дім персонал”, 2010. – 240с.
4. Романеско Л.Ф. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. / Л.Ф. Романеско. – К. : Університет “Україна”, 2011. – 109с.

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. Теорія зв'язків з громадськістю.

5.2. Тип. Обов'язкова

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Буга Н.Ю., к.е.н., доцент

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», «Основи реклами», «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. Паблік рілейшенз. Теория и практика, 8-е изд.: Пер. с англ. - М., 2000.
4. Королько В.Г. Основы паблік рілейшенз. – М: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000
5. Королько В. Паблік рілейшнз 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. Прямий маркетинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

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 / Т. Г. Діброва. – 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. Реклама в системі маркетингу.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

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», «Цінова політика в системі маркетингу», «Комерційна діяльність», «Економіка підприємства», «Маркетингові дослідження», «Мерчандайзинг», «Реклама в системі маркетингу».

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.

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).

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. Торговельний маркетинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент

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», «Організація торгівлі», «Основи товарознавства».

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. Москвітін, 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 : монографія / 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. Данілова, 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. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін. ; за ред. В. В. Апопія. – 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. 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.

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 Фірмовий стиль.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Формування сучасного розуміння та практичних навичок вирішення проблеми створення фірмового стилю.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама в системі маркетингу», «Рекламний креатив», «Зв'язки з громадськістю».

5.8. Зміст. Поняття фірмового стилю і його загальні елементи. Сутність навколишнього середовища підприємства. Позиціонування: типи, методи. Комунікативна функція торгової марки, бренду. Виникнення і формування фірмового стилю. Основні елементи фірмового стилю. Створення фірмового стилю і його впровадження. Основні носії фірмового стилю.

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.

3.12. Методи навчання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Реклама в Інтернеті.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Ковінько О.М., к.е.н., доцент.

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. «Основи реклами», «Маркетингові комунікації», «Маркетинг», «Прямий маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Маркетинг послуг», «Реклама в системі маркетингу» 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! / Е. Барткевич // 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 / К. Бэгготт. 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 дисципліни. Ділові переговори.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання: 2020/2021.

5.4. Семестр: VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Красніцька Г.М., к.істор.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Розробляти програму проведення ділових переговорів; сформувати 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: «Маркетингові комунікації», «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. Афанасьев 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. Психология управления: 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 (тестування, опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (залік).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Промисловий маркетинг.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Буга Н.Ю., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та розвитку таких компетенцій: опанування теоретичних знань та практичних навичок щодо використання принципів, методів та інструментів промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, вмінь до управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства, шляхом стратегічного та оперативного планування діяльності підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Маркетинг», «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства», «Маркетингова політика комунікацій», «Поведінка споживача», «Організація зв'язків з громадськістю», «Організація торгівлі», «Ярмаркова та виставкова діяльність», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова товарна політика», «Товарознавство», «Логістика», «Маркетинг послуг».

5.8. Зміст. Сутність, завдання та характеристика промислового маркетингу. Маркетингові дослідження промислового ринку. Планування промислового маркетингу на підприємстві. Товарна політика промислового підприємства. Закупівля виробничих ресурсів промисловим підприємством. Цінова політика промислового підприємства. Збутова діяльність промислового підприємства. Контроль, аналіз та ефективність промислового маркетингу.

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. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: учеб. пособие / А. В. Зозулев. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 576 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. Пилипчук В.П. Промисловий маркетинг : підручник / В. П. Пилипчук, О. Ф. Оснач, Л. П. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.
5. Промисловий маркетинг : опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, М. А. Коноплянникова, О. І. Микало, К. В. Березовик, Л. Л. Данілова. – К. : КНТЕУ, 2013. – 90 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 (залік).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Поведінка споживачів.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Буга Н.Ю., к.е.н., доцент.

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 товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «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. Психология 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. Охорона праці.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Рябенюк М.О., к.е.н, доцент.

5.6. Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців системи знань, умінь щодо профілактики виробничого травматизму, підвищення безпеки праці та пожежної безпеки шляхом створення системи управління охороною праці; аналізу стану, визначення проблем охорони праці, методів, заходів і засобів для убезпечення працівників від дії шкідливих та небезпечних факторів виробничого середовища, проведення протипожежних заходів для підтримання пожежної безпеки об'єктів відповідно до чинного законодавства, нормативно-правових актів.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання індивідуальних розділів «Безпека життєдіяльності».

5.8. Зміст. Законодавче та нормативно-правове забезпечення охорони праці на підприємствах. Санітарно-гігієнічні умови праці на підприємствах. Поліпшення стану виробничого середовища, зменшення важкості і напруженості фізичної праці на підприємствах. Виробничий травматизм, професійні захворювання на підприємстві. Підвищення безпеки праці та профілактика виробничого травматизму. Організаційні основи забезпечення пожежної безпеки на підприємствах. Протипожежна профілактика при експлуатації будівель і споруд.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гандзюк М. П. Основи охорони праці: підручник / М. П. Гандзюк, Є. П. Желібо, М. О. Халімовський ; за ред. М. П. Гандзюка. – 5-те вид. – К. : Каравела, 2011. – 384 с.
2. Грибан В. Г. Охорона праці: навч. посібник / В. Г. Грибан, О. В. Негодченко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 280 с.
3. Основи охорони праці : опорний конспект лекцій / уклад. Т.В. Бровенко. – К. : КНТЕУ, 2007. – 51с.
4. Основи охорони праці : підручник / О. І. Запорожець, О. С. Протоєрейський, Г. М. Франчук, І. М. Боровик. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 264 с.
5. Основи охорони праці : навч. посібник / Р. М. Івах, Я. І. Бедрій, Б. О. Білінський, М. М. Козяр ; за ред. Р. М. Івах. – 4-те вид., перероб. і допов. – К. : Кондор, 2010. – 464 с.

6. Основи охорони праці : опорний конспект лекцій / авт. Т. В. Бровенко. – К. : КНТЕУ, 2011. – 51 с.
7. Основи охорони праці : опорний конспект лекцій / авт. Т. В. Бровенко. – К. : КНТЕУ, 2013. – 50 с.
8. Основи охорони праці : опорний конспект лекцій / уклад. Т.В. Бровенко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 51 с.
9. Основи охорони праці : навч. посібник / П. С. Атаманчук, В. В. Мендерецький, О. П. Панчук, О. Г. Чорна. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.
10. Основи охорони праці. Практикум / авт.: О. А. Коваль, Р. А. Расулов. – К. : КНТЕУ, 2012. – 118 с.
11. Охорона праці: Конспект лекцій / Укл. Бублик Г.А., Краснова О.М. – К.: КНТЕУ, 2009. – 130с.
12. Охорона праці: Навч. посібник / За ред. Бедрія Я.І. – К: ЦУЛ, 2009. – 322с.
13. Охорона праці в галузі : навч. посібник / П. С. Атаманчук, В. В. Мендерецький, О. П. Панчук, Р. М. Білик. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 322 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 (залік).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва.Product placement.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. В результаті вивчення дисципліни у здобувачі з напряму підготовки «Маркетинг» повинні знати теоретичні і методологічні основи технології продакт плейсмент у комунікаційній діяльності підприємства; сучасні тенденції та напрями розвитку продакт плейсмент в Україні та світі, переваги та недоліки застосування продакт плейсмент як комунікаційної технології; характеристики та види основних засобів продакт плейсмент; психологічні особливості використання продакт плейсмент залежно від сприйняття цільової аудиторії; основні прийоми продакт плейсмент у кіно, телепрограмах, серіалах, музичних творах та кліпах. Відео- та комп'ютерних іграх, книжках та статтях; прийоми створення сценаріїв інтеграції продуктів у художній твір; тактичні обмеження.

Уміти визначати цілі та об'єкти продакт плейсмент у програмі маркетингових комунікацій підприємства; обрати оптимальні канали продакт

плейсмент відповідно до специфіки продукту та цільової аудиторії; застосувати психологічні прийоми при розробленні сценарію продакт плейсмент; обґрунтовувати види розміщення продуктів у аудіо- та відеопродукції, друкованій продукції та комп'ютерних іграх з точки зору психологічного впливу та економічної ефективності; розробляти сценарій інтеграції бранда кінофільм, книгу, статтю, комп'ютерну гру; розробляти та обґрунтовувати модель і стратегію продакт плейсмент; опрацьовувати бриф на реалізацію продакт плейсмент розробляти план реалізації продакт плейсмент⁴ розраховувати кошторис та визначати показники ефективності продакт плейсмент.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Маркетинг», «Маркетингова політика комунікацій», «Історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Реклама в системі маркетингу», «Організація зв'язків з громадськістю».

5.8. Зміст. Сутність продакт плейсмент як засобу маркетингових комунікацій. Розвиток продакт плейсмент: історичний аспект. Основні засоби, продакт плейсмент, та особливості їх застосування. Психологічні особливості застосування технології продакт плейсмент. Типи розміщення продакт плейсменту кіно- і телефільмах, телепрограмах, серіалах. У сфері естради та шоу-бізнесу. Особливості продакт плейсмент у книжковому бізнесі. Продакт плейсмент у комп'ютерних іграх та Інтернеті, організація, реалізація та ефективність продакт плейсмент.

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. – 392с.
2. Богоявленський О.В. Імідж країни як фактор конкурентоспроможності національної економіки / О.В. Богоявленський, А.М. Шульміна // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2011. - №5. – С.21-27.
3. Дзюба Е. Особенности работы с интервьюерскими кадрами / Е.Дзюба // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. - №2. – С.45-47.
4. Мазаракі А.А. Торгова реклама: теорія і практика управління: монографія / А.А. Мазаракі, В.В. Ортинська, Т.В. Дубовик. – К.: КНТЕУ, 2009. – 188 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 (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Мерчандайзинг.

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Середницька Л.П., ст. викладач.

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості й розвитку таких компетенцій: формування навичок розробки концепції мерчандайзингу для товаровиробників та торговельних посередників, планування торговельних площ та реклами в місцях продажу.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика комунікацій».

5.8. Зміст. 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. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический поход: Пер. с англ. / Под ред. С.Г. Тригуб. - М.: Изд. дом "Вильямс", 2003,-1184 с.
2. Веллхофф А., Массон Ж.-З. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями М.: Изд. дом Гребенникова, 2004. - 280 с.
3. Колборн Р. Мерчандайзинг: Пер. с англ. / Под ред. И.О. Черкасовой. - СПб.: Изд. Дом Нева,2002. - 416 с
4. Мерчандайзинг: Сб. статей по теории и практике 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, усне та письмове опитування, перевірка рефератів, презентацій);
- підсумковий контроль (екзамен).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Реклама в торгівлі

5.2. Тип. Вибіркова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021

5.4. Семестр. VIII

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бондаренко В.М., д.е.н., професор

5.6. Результати навчання. Надання системи спеціальних теоретичних та практичних знань з розробки планів рекламної діяльності в торгівлі; 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 в торгівлі.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Статистика ринку товарів та послуг», «Економіка і фінанси підприємства», «Організація торгівлі», «Основи товарознавства».

5.8. Зміст. 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.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

6. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підручник / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 392 с.
7. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посібник / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
8. Мельникович О. М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О. М. Мельникович. – К. : КНТЕУ, 2009. – 358 с.
9. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник / Т. О. Примак. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
10. Ромат Е. В. Реклама : Учеб. пособие / Е. В. Ромат. – 2-е изд. – С.Пб. : Питер, 2007. – 208с. : ил. – (Краткий курс).

3.12. Методи навчання.

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. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Поліщук І.І., к.е.н., доцент.

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», «Історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Маркетинг», «Макроекономіка»,

«Мікроекономіка», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства», «Маркетингова політика комунікацій», «Поведінка споживача», «Організація зв'язків з громадськістю», «Організація торгівлі», «Ярмаркова та виставкова діяльність», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова товарна політика», «Товарознавство», «Логістика», «Маркетинг послуг», «Менеджмент», «Промисловий маркетинг».

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 (залік).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.