

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

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ
Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

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

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-баловою шкалою.

Таблиця відповідності шкали оцінювання ЄКТС

Визначення	Оцінка за системою ВТЕІ КНТЕУ
ВІДМІННО – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100
ДУЖЕ ДОБРЕ – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89
ДОБРЕ – загалом правильна робота з певною кількістю значних помилок	75-81
ЗАДОВІЛЬНО – непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74
ДОСТАТНЬО – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68
НЕЗАДОВІЛЬНО – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	35-59
НЕЗАДОВІЛЬНО необхідна серйозна подальша робота, обов'язковий повторний курс	1-34

1. Загальна інформація.

1.1. Назва і адреса.

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

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

Електронна пошта: secretarvtei@ukr.net

1.2. Опис закладу.

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

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

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

Загальна кількість науково-педагогічних працівників ВТЕІ КНТЕУ – 158, з них – докторів наук, професорів – 19 осіб (12%); кандидатів наук, доцентів – 107 осіб (68%); без наукового ступеня та звання – 32 особи (20%). В інституті навчається 3254 студентів, із них на денній формі навчається 1676. Підготовка фахівців здійснюється за 15 спеціальностями освітніх степенів «бакалавр», «магістр».

1.3. Академічні органи.

Замкова	директор, доктор філософських наук, професор,
Наталія Леонідівна	Заслужений працівник освіти України.
Мартінова	заступник директора з навчально-методичної
Лілія Борисівна	роботи, доктор економічних наук, доцент.
Кізюн	заступник директора з навчально-виховної
Алла Григорівна	роботи, кандидат географічних наук, доцент.
Откаленко	заступник директора з фінансово-економічних питань –
Олена Миколаївна	головний бухгалтер, кандидат економічних наук.
Гловацький	заступник директора з адміністративно -
Олексій Миколайович	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), перша англійська»	«Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»
05 Соціальні та поведінкові науки	051 «Економіка»	«Міжнародна економіка»	«Міжнародна економіка»
		«Економіка підприємства»	«Економіка підприємства»
		«Економічна кібернетика»	«Економічна кібернетика»
07 Управління та адміністрування	071 «Облік і оподаткування»	«Облік і оподаткування»	«Облік і оподаткування»
		«Фінансовий контроль та аудит»	«Фінансовий контроль та аудит»
	072 «Фінанси, банківська справа та страхування»	«Державні фінанси»	«Державні фінанси»
		«Фінанси, банківська справа та страхування»	«Фінансове посередництво»
	073 «Менеджмент»	«Менеджмент організацій»	«Менеджмент організацій»
		«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»	«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
		«Туристичний менеджмент»	«Туристичний менеджмент»
		«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»	«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»
	075 «Маркетинг»	«Маркетинг»	«Маркетинг»
		«Логістика»	
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»	«Товарознавство та комерційна логістика»	«Товарознавство та комерційна логістика»	
		«Товарознавство та експертиза в митній справі»	
08 Право	081 «Право»	«Комерційне право»	-
		«Фінансове право»	-
		«Право»	-
12 Інформаційні технології	126 «Інформаційні системи та технології»	«Інформаційні технології у бізнесі»	-
18 Виробництво та технології	181 «Харчові технології»	«Харчові технології»	«Ресторанні технології»
23 Соціальна робота	232 Соціальне забезпечення	«Соціальне забезпечення»	-
24 Сфера обслуговування	241 «Готельно-ресторанна справа»	«Готельно-ресторанна справа»	«Готельна і ресторанна справа»
	242 «Туризм»	«Туризм»	«Міжнародний туристичний бізнес»
28 «Публічне управління та адміністрування»	281 «Публічне управління та адміністрування»	«Публічне управління та адміністрування»	«Публічне управління та адміністрування»
29 «Міжнародні відносини»	292 «Міжнародні економічні відносини»	«Міжнародний бізнес»	-

1.6. 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 ВТЕІ КНТЕУ: <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 Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету.

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

Розподіл кредитів ЄКТС залежить від терміну 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 Київського національного торговельно-економічного університету;
- Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у Вінницькому торговельно-економічному інституті Київського національного торговельно-економічного університету;
- Положенням про індивідуальний навчальний план студента ВТЕІ КНТЕУ;
- Положенням про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у ВТЕІ;
- Положенням про проведення практики здобувачів вищої освіти.

2. Ресурси та послуги.

2.1. Студентський стіл відділу кадрів.

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

1. своєчасно вносити поточні зміни в особові справи.
2. зберігати документи в належному стані.
3. надавати інформацію за письмовими запитам 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)55-02-64;
- 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 становить 520 грн. на місяць – гуртожиток № 1, 480 грн. на місяць – гуртожиток № 2.

2.5. Фінансова підтримка для студентів.

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

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

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

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

2.6. Медичні послуги.

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

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

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

Вони призначаються:

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

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

2.8. Навчальне обладнання.

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

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

Головним інформаційним ресурсом бібліотеки є бібліотечний фонд, який на сьогодні складає більше 233 тисячі 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, є доступ до освітніх ресурсів мережі Інтернет, також відкрито доступ до електронних версій навчальної та довідкової літератури видавничої компанії «Центр учбової літератури» м. Київ – збірка містить більше 1000 назв повнотекстових видань за різними тематиками.

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

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

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

Матеріально-технічна база. Для потреб освітнього процесу всі кафедри забезпечено необхідною комп'ютерною технікою, функціонують 12 комп'ютерних класів, 9 мультимедійних проекторів, 2 інтерактивних комплекси, 48 аудиторії, 2 лінгафонних кабінети.

2.9. Організація мобільності за освітніми програмами.

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

Принцип мобільності студентів в інституті реалізується шляхом:

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

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

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

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

2.10. Можливості для проходження практики.

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

2.11. Умови для занять спортом і відпочинку.

Важливим напрямом організації виховної та культурно-мистецької роботи студентів в інституті є участь студентів у традиційних культурно-масових заходах таких як «Посвята першокурсників у студенти», «Дебют першокурсника», «Осінній вернісаж», святкування Дня студента та «Фестиваль КВН на кубок директора ВТЕІ КНТЕУ», «Міс ВТЕІ КНТЕУ», Новорічні карнавали, конкурс талантів, за участю

студентів та викладачів, «Дві зірки», концертні та танцювально-розважальні програми до календарних свят, конкурсні шоу-програми.

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

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

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

Студенти беруть участь у міських, всеукраїнських та міжнародних змаганнях.

2.12. Студентські організації.

Громадське життя в інституті насичене, багатогранне та різноманітне.

В інституті на громадських засадах діють:

- рада студентського самоврядування інституту;
- ради студентського самоврядування факультетів;
- ради студентського самоврядування гуртожитків №1 та № 2;
- студентське наукове товариство «ВАТРА»;
- студентський туристичний клуб «Way to Freedom»;
- студентські дискусійні клуби та клуби за інтересами – «Актуальні проблеми та перспективи розвитку діяльності міжнародних фінансів», «Інноваційні технології в управлінні підприємствами та організаціями», «Маркетинг та реклама», «Клуб інтелектуальних ігор», «Сучасна проблематика обліку, аналізу і контролю в сфері господарської діяльності та державного управління», «Інновації заради майбутнього», «Менеджер майбутнього - євроуправлінець», «Товарознавство та експертиза товарів» тощо;

перспективи розвитку діяльності міжнародних фінансів», «Інноваційні технології в управлінні підприємствами та організаціями», «Маркетинг та реклама», «Клуб інтелектуальних ігор», «Сучасна проблематика обліку, аналізу і контролю в сфері господарської діяльності та державного управління», «Інновації заради майбутнього», «Менеджер майбутнього - євроуправлінець», «Товарознавство та експертиза товарів» тощо;

- наукові гуртки – з економіки підприємства, з міжнародної економіки, з соціально-політичних та економічних проблем, «Економіко-математичне моделювання», «Менеджмент: проблеми сьогодення та перспективи розвитку», «American and English Studies», «Translation Studies», «Школа туристичної індустрії», «Ресторатор», «Кондитер-клас», «Сучасний бухгалтер», «Бізнес-аналітик», «Статистика», «Організаційно-комерційні аспекти діяльності торговельних підприємств», «Теоретичні та практичні проблеми товарознавства», «Фізико-хімічні методи дослідження сировини і матеріалів», «Феміда», «Універсум», «Фінансово-бюджетна політика: прагматика реформування в сучасних умовах».

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

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

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет Вінницький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Акредитована, Акредитаційна комісія України, Україна, до 01.03.2019
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта, початковий рівень вищої освіти
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До 01.03.2019
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.vtei.com.ua/
2 - Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців здатних до наукової і практичної діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація «Маркетинг» Обов'язкові компоненти – 70%, вибіркові компоненти – 25%, практична підготовка – 4%, атестація – 1%
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма спрямована на надання знань в сфері маркетингу, орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції, що дозволяє сформувати професійні, наукові, аналітичні, організаційні, управлінські, педагогічні і науково-дослідні компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» спеціалізацією «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, маркетолог, маркетингові дослідження, маркетингова політика, реклама, зв'язки з громадськістю

Особливості програми	Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективною реалізації діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з планування, збору, аналізу та поширенню інформації стосовно сучасних процесів розвитку підприємства. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів підприємств, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасних умов ведення економічної діяльності
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники бакалаври спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема: 4131 Агент з постачання 3415 Агент комерційний (торговельний) Представник торговельний 3429 Агент рекламний Представник з реклами Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 1233 Директор з маркетингу Директор комерційний Начальник відділу збуту (маркетингу); 1226.1 Директор з матеріально-технічного постачання; 2419.2 Економіст зі збуту Консультант з маркетингу Рекламист Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2441.2 Економіст із ціноутворення 1229.6 Завідувач виставки 1224 Завідувач складу 3116 Закупник 3419 Інспектор торговельний Організатор з постачання Організатор з збуту 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним); 3415 Комівояжер Мерчандайзер 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю 1476.1 Менеджер з реклами 1210 Начальник агентства (рекламно-інформаційного); 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю).
Подальше навчання	Навчання за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти, НРК України – 8 рівень, EQF-LLL– 7 рівень

5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, проходження практики, студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення, підготовка до кваліфікаційного екзамену
Оцінювання	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Підсумкова атестація – кваліфікаційний екзамен
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в маркетинговій діяльності підприємств з урахуванням специфіки їх функціонування, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання</p> <p>ЗК 2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї</p> <p>ЗК 3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків</p> <p>ЗК 4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності</p> <p>ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення</p> <p>ЗК 6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації</p> <p>ЗК 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій на основі економіко-математичних моделей та методів, пакетів прикладних програм</p> <p>ЗК 8. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово</p> <p>ЗК 9. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в міжнародному середовищі</p> <p>ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.</p>

<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Здатність демонструвати розуміння основ та історії розвитку теорії маркетингу</p> <p>ФК 2. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу</p> <p>ФК 3. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації</p> <p>ФК 4. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складовими</p> <p>ФК 5. Здатність критично аналізувати і узагальнювати концепції положення предметної області сучасного маркетингу</p> <p>ФК 6. Здатність коректно застосовувати методи і технічні прийоми маркетингу</p> <p>ФК 7. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу</p> <p>ФК 8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів</p> <p>ФК 9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p>ФК 10. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності</p> <p>ФК 11. Здатність до розуміння функціонування та використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності</p> <p>ФК 12. Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів</p> <p>ФК 13. Здатність обґрунтовувати, презентувати і реалізовувати результати досліджень</p> <p>ФК 14. Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта у крос-функціональному розрізі</p> <p>ФК 15. Здатність уміти впровадити удосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>7 - Програмні результати навчання</p>	
	<p>ПРН 1. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови і розвитку його теорії</p> <p>ПРН 2. Визначати способи аналізу і передбачення ринкових явищ та процесів із погляду фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів</p>

	<p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, що характеризують результативність такої діяльності</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища</p> <p>ПРН 9. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингових функцій ринкового суб'єкта</p> <p>ПРН 12. Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним</p> <p>ПРН 13. Проявляти вміння нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально-відповідально та громадсько-свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності</p> <p>ПРН 16. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки</p> <p>ПРН 17. Оволодіти навички письмової та усної загальної комунікації державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Вміти обґрунтовувати пропозиції щодо провадження маркетингової діяльності підприємств</p> <p>ПРН 19. Вміти розробляти короткострокові і середньострокові маркетингові плани діяльності підприємств, планувати потреби у матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсах</p> <p>ПРН 20. Вміти обирати методи адаптації та напрями використання</p>
8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Проектна група: 3 кандидати наук, в т.ч. 2 доцента. Науково-педагогічний склад, залучені до реалізації освітньої складової освітньої програми є працівниками Вінницького торговельного економічного інституту КНТЕУ, мають вчене звання та/або науковий ступінь, проходять стажування, в т.ч. за кордоном один раз на п'ять років
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ КНТЕУ
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ КНТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників

9 - Академічна мобільність**Національна кредитна мобільність**

—

Міжнародна кредитна мобільність

—

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти

—

3. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Психологія	6	екзамен
ОК 2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	екзамен
ОК 3	Правознавство	6	екзамен
ОК 4	Економічна інформатика	6	екзамен
ОК 5	Статистика	6	екзамен
ОК 6	Філософія	6	екзамен
ОК 7	Безпека життя	6	екзамен
ОК 8	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 9	Менеджмент	6	екзамен
ОК 10	Товарознавство. Непродовольчі товари	6	екзамен
ОК 11	Товарознавство. Харчові продукти	6	екзамен
ОК 12	Маркетинг	6	екзамен
ОК 12.1	КР з маркетингу		
ОК 13	Економіка підприємства	6	екзамен
ОК 14	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 14.1	КР з маркетингових комунікацій		
ОК 15	Бухгалтерський облік	6	екзамен
ОК 16	Поведінка споживачів	6	екзамен
ОК 17	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 18	Маркетингова товарна політика	6	екзамен
ОК 19	Управління продажем та мерчандайзинг	6	екзамен
ОК 20	Реклама	9	екзамен
ОК 21	Міжнародний маркетинг	6	екзамен
ОК 22	Логістика	6	екзамен
ОК 23	Моделювання фінансово-господарської діяльності	6	екзамен
ОК 24	Організація торгівлі	4,5	екзамен
ОК 25	Маркетингова цінова політика	4,5	екзамен
	Фізичне виховання		залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		168	
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.1	Вища та прикладна математика	6	екзамен
ВБ 1.2	Екологія	6	екзамен
ВБ 2.1	Історія України	6	екзамен
ВБ 2.2	Історія української культури	6	екзамен
ВБ 2.3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	6	екзамен
ВБ 3.1	Національні інтереси в світовій геополітиці та геоekonomіці	6	екзамен
ВБ 3.2	Основи підприємництва	6	екзамен
ВБ 4.1	Психологія торгівлі	6	екзамен

1	2	3	4
ВБ 4.2	Теорія галузевих ринків	6	екзамен
ВБ 5.1	Інформаційні війни	6	екзамен
ВБ 5.2	Політологія	6	екзамен
ВБ 5.3	Соціологія	6	екзамен
ВБ 6.1	Ділові переговори	6	екзамен
ВБ 6.2	Комп'ютерна графіка в рекламі	6	екзамен
ВБ 7.1	Маркетинг послуг	6	екзамен
ВБ 7.2	Реклама в Інтернеті	6	екзамен
ВБ 8.1	Прямий маркетинг	6	екзамен
ВБ 8.2	Теорія зв'язків з громадськістю	6	екзамен
ВБ 9.1	Дизайн в рекламі	6	екзамен
ВБ 9.2	Економічний аналіз	6	екзамен
ВБ 9.3	Медіапланування	6	екзамен
ВБ 10.1	Торговельне обладнання	6	екзамен
ВБ 10.2	Торговельний маркетинг	6	екзамен
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60	
Практична підготовка			
Виробнича практика 1		3	залік
Виробнича практика 2		6	залік
Всього		9	
Атестація			
Підготовка до кваліфікаційного екзамену та атестація		3	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

5. Інформація про компоненти освітньої програми «Маркетинг»

5.1. Назва. Психологія.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. I.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Штифурак В.Є., д.пед.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. Базові знання з історії України рівня повної загальної середньої школи.

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

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

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Іноземна мова за професійним спрямуванням.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2020.

5.4. Семестр. I, II, III, IV.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Іваницька Н.Б., д.ф.н., професор; Нечипоренко В.О., к.ф.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 вмінь складання анотацій та реферування іншомовних текстів фахової тематики; поглиблення розуміння іншомовних соціокультурних реалій, знання й адекватне тлумачення різних зразків мовної поведінки, уміння адекватно реагувати й діяти у професійних і побутових контекстах полікультурного середовища; оволодіння методикою та прийомами самоосвіти, розвиток навичок автолінгводидактичної діяльності. Програма курсу розрахована на досягнення РВМ В₂.

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

5.8. Зміст. 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 (паблік 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. Geschäftsdeutsch. Ділова німецька мова / С.І. Буданов, О.М. Тріщ. – 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

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

5.1. Назва: Економічна теорія.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. I.

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; опанувувати економічне мислення; застосовувати набуті знання у своїй професійній та громадській діяльності.

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

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Вища та прикладна математика.

5.2 Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. І.

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

5.6. Результати навчання. Формування системи знань з вищої математики.

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

5.8. 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.

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. Макаренко В.О. Вища математика для економістів: навч. посібник / В. О. Макаренко. — 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Екологія

5.2 Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. І.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Мазуркевич І.О., к.е.н.

5.6. Результати навчання. Ознайомлення студентів із закономірностями взаємодії суспільства та природи; основними природоохоронними проблемами, що виникають в умовах сучасного промислового виробництва; впливом зміненого середовища на людину; засобами захисту, відновлення і раціонального використання природних ресурсів; управлінням якістю навколишнього середовища на базі сучасних досягнень науки, техніки та технології із захисту навколишнього природного середовища.

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

5.8. Зміст. Екологія як наука про довкілля. Основи факторіальної екології. Основні екологічні закони, правила та принципи. Загальні відомості про біосферу. Поняття про екосистему. Забруднення та забруднювачі

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. Макаренко В.О. Вища математика для економістів: навч. посібник / В. О. Макаренко. – 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Історія України.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. І.

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

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

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

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1.Назва. Історія української культури

5.2.Тип. За вибором.

5.3.Рік навчання. 2018/2019.

5.4.Семестр. I.

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

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

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

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

5.9.Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Висоцький О.Ю. Історія української культури : навч. посіб. / О.Ю.Висоцький. Дніпропетровськ»: НМетАУ, 2012. - 130 с.
2. Гаврюшенко О. Історія культури : навч. посіб. / О. Гаврюшенко, В. Шейко, Л.Тишевська. - К. : Кондор, 2012.
3. Калапчук С. Історія української та зарубіжної культури: навч. посіб. / С. Калапчук, В. Остафійчук, Ю. Горбань. - 5-те вид., перероб. і допов. - К. : Знання-Прес, 2004. 358 с.
4. Шейко В. Історія української культури / В. Шейко, В. Білоцерківський. - К. : Знання, 2009. 413 с.
5. Шейко В. Історія Української культури / В. Шейко, Л. Тишевська. – К.: Знання, 2012 – 264 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Українська мова (за професійним спрямуванням).

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. I.

5.5. ПІБ лектора. Мартинова Л.Б., д.е.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. Грибніченко, 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.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: практичні заняття (тренінг, моделювання ситуацій, тренажерні завдання).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Фізичне виховання.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2020.

5.4. Семестр. I, II, III, IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Пуздимір М.І., доцент; Гуренко О.А., старший викладач; Сальникова С.В., к.н. з фізичного виховання та спорту, доцент; Гринчук А.А., старший викладач; Чехівська Ю.С., 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 знання з фізичної культури рівня повної загальної середньої школи.

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

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

- поточний (тестування).

- підсумковий контроль (залік).

5.12. Мова навчання. Українська.

5.1. Назва. Правознавство.

5.2 Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. II.

5.5 Лектор, науковий ступінь, посада. Киричук А.С., к.пед.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. Бригдалов, 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. Гаврилюк. – 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економічна інформатика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Кузьміна О.М., к.т.н., доцент.

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.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядові / тематичні / проблемні);
- лабораторні заняття (ситуаційні / кейсові завдання / робота в малих групах/ інше).

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Національні інтереси в світовій геополітиці та геоекономіці.

5.2 Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Давидюк Л.П., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Здобуття студентами навичок сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань щодо національних інтересів в світовій геополітиці та геоekonomіці з урахуванням чинників глобалізації, високої динаміки змін геополітичної та геоekonomічної ситуації в світі.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Політична економія», «Просторова економіка», «Правознавство», «Мікроекономіка», «Менеджмент», «Бюджетна система України», «Статистика», «Макроекономіка», «Соціологія» та інші дисципліни.

5.8. Зміст. Історія формування, структура та тенденції розвитку національної економіки України. Світова геополітика та місце в ній України. Геоekonomіка та місце в ній національної економіки України. Взаємозв'язки між геополітикою та геоekonomікою. Поняття національної безпеки та національних інтересів. Міжнародний досвід захисту національних інтересів в світовій геополітиці та геоekonomіці. Система захисту національних інтересів України. Україна як історичний і економічний центр європейської геополітики та геоekonomіки, регіональний лідер. Українські реформи в контексті просування національних інтересів в світовій геополітиці та геоekonomіці. Перехід від пасивної до активної форми захисту національних інтересів України в світовій геополітиці та геоekonomіці.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Врублевський В., Хорошковський В. Український шлях. Начерки: геополітичне становище України та національні інтереси. - К.: Демократична Україна, 2007. – 386 с.

2. Геоekonomічні сценарії розвитку і Україна: монографія / [М.З. Згуровський, Ю.М. Пахомов, А.С. Філіпенко, та ін.]. – К.: Вид. Центр «Академія», 2010. – 323 с.

3. Геополітика: Підручник / А.І.Кудряченко, Ф.М.Рудич, В.О.Храмов. - К.: МАУП, 2004. - 296 с.

4. Гольцов А.Г. Геополітика та політична географія : підручник / А. Г. Гольцов. – К.: Центр учб. л-ри, 2012. – 416 с.

5. Дорошко М. С. Геополітичні інтереси та зовнішня політика держав пострадянського простору: навч. посіб. - К., 2011. – 452 с.

6. Недбалюк О.П. Україна: наукові основи економічного прогресу в ХХІ столітті / Монографія. – Вінниця: ДОВ «Вінниця», 1999. – 176 с.

7. Світова економіка: Підручник / А.С. Філіпенко, В.С. Будкін, І.О. Рогач та ін. – К.: Либідь, 2007. – 640 с.

8. Старостенко Г.Г., Онишко С.В., Поснова Т.В. Національна економіка: навч. посібник. – К.: Ліра-К, 2011. - 432 с.

9. Чекаленко Л.Д. Зовнішня політика і безпека України. Людина - суспільство - держава - міжнародні структури: Монографія / Рада нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки; За заг. ред. С.І. Пирожкова. - К.: НППМБ, 2014. – 288 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Основи підприємництва.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. II.

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. «Економічна теорія».

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ткачук О. М. Бізнес-культура: Навч. посібник.-Вінниця:ВТЕІ КНТЕУ, 2013.- 212 с.
2. 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Психологія торгівлі.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2018/2019.

5.4. Семестр. II.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Штифурак В.Є., д.пед.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», «Економічна теорія».

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.7. Назва. Теорія галузевих ринків.

5.8. Тип. За вибором.

5.9. Рік навчання. 2018/2019.

5.10. Семестр. II.

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

5.12. 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 і галузевої політики держави.

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

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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Статистика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Сегеда С.А., 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. «Економічна теорія», «Вища та прикладна математика».

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. Індокси 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва: Філософія.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Бичков М.М., к.ф.н., доцент;

Маскевич О.Л., к.ф.н., старший 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», «Психологія торгівлі».

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1.Льїн В.В., Кулагін ЮЛ. Філософія: Підручник в 2 ч. - Ч.І. Історія розвитку філософської думки. - К.: Альтерпрес, 2002. - 464 с; Ч.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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Менеджмент.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Лозовський О.М., 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. «Психологія», «Правознавство», «Економічна теорія», «Основи підприємництва».

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. Основи менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-є изд., пер. с англ. – М.: Вільямс, 2008. – 672 с.: ил.
7. Осовська Г. В. Основи менеджменту: навч. посібник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2010. – 368 с.
8. Рульєв В. А. Менеджмент: навч. посібник / В. А. Рульєв, 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1 Назва. Товарознавство. Непродовольчі товари.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. III.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Тернова А.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 непродовольчих товарів; основні системи класифікації товарів; взаємозв'язок формування якості товарів з сировинними матеріалами та сучасними технологіями виробництва; споживні властивості та асортимент окремих груп непродовольчих товарів.

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

5.8. Зміст. Теоретичні основи товарознавства непродовольчих товарів. Товари з пластичних мас. Товари побутової хімії. Парфумерно-косметичні товари. Меблеві товари. Будівельні товари. Скляні товари. Керамічні товари. Металогосподарчі товари. Текстильні товари. Швейні та трикотажні товари. Взуттеві товари. Хутрово-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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Безпека життя.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Лук'янець А.В., старший викладач.

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 прийнятної ризику.

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

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. Тищенко ; 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. Болілий, 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. Болілий, Л. Д. Романчук. – К. : КНТЕУ, 2009. – 47 с.
7. Безпека життєдіяльності. Практикум / авт. О. С. Болілий. – 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1 Назва. Товарознавство. Харчові продукти.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. 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 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. «Економічна теорія», «Теорія галузевих ринків».

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.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

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», «Економічна теорія», «Правознавство», «Психологія торгівлі», «Теорія галузевих ринків», «Статистика», «Менеджмент», «Товарознавство. Непродовольчі товари».

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економіка підприємства.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2019/2020.

5.4. Семестр. IV.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Богацька Н.М., 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. «Психологія», «Економічна теорія», «Правознавство», «Психологія торгівлі», «Теорія галузевих ринків», «Статистика», «Менеджмент».

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. Погрішук. – 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. – 312 с.
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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва Маркетингові комунікації.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

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. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг».

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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Бухгалтерський облік.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. V.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Яковишина Н.А., к.е.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Здобуття студентами знань з економічного змісту об'єктів обліку на основі загальної економічної теорії, економічного змісту господарських фактів, явищ і процесів, їх взаємозв'язок на основі теорії подвійного запису бухгалтерського обліку. Отримання ними вмій з побудови і ведення бухгалтерського обліку та методики складання бухгалтерського запису будь-якого явища, факту та процесу, які пов'язані з фінансово-господарською діяльністю підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Економічна інформатика», «Основи підприємництва», «Статистика», «Економіка підприємства».

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Блакита Г. В. Бухгалтерський облік. Практикум : навч. посібник / Г. В. Блакита, Н. О. Ромашевська. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 152 с.

2. Інвентаризація : практик. посібник / упоряд. Д. М. Лівшиц. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 140 с.
3. Лишилєнко О. В. Бухгалтерський облік : підручник / О. В. Лишилєнко. – 3-тє вид., переробл. і допов. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 670 с.
4. Облік і аудит : навч.-метод. посібник для самостійного вивчення нормативних дисциплін бакалавра з обліку і аудиту / Л. Г. Смоляр, Р. Ю. Овчарик, О. В. Кам'янська та ін. – К. : Ліра-К, 2013. – 618 с.
5. Островєрха Р. Е. Організація обліку : навч. посібник / Р. Е. Островєрха. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 568 с.
6. Первинна докумєнтація: складання, заповнення, обробка і зберігання : практик. посібник / упоряд. Д. М. Лівшиц. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 242 с.
7. Садовська І. Б. Бухгалтерський облік : навч. посібник / І. Б. Садовська, Т. В. Божидарнік, К. Є. Нагірська. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 688 с.
8. Сльозко Т. М. Бухгалтерський облік в умовах інституційних перетворєнь: теорія і практика : монографія / Т. М. Сльозко. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.
9. Шило В. П. Бухгалтерський облік: концептуальні основи теорії : навч. посібник / В. П. Шило, Н. І. Верхоглядєва, С. Б. Ільїна. – К. : Кондор, 2011. – 172 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

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. Семєстр. V.

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

5.6. Результати навчання. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтерєсів 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», «Маркетингові комунікації».

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва Маркетингові дослідження.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

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», «Маркетингові комунікації».

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. Полторак В. А. Маркетингові дослідження : навч. посібник / В. А. Полторак, 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове

опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетингова товарна політика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. V.

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

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. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Товарознавство. Непродовольчі товари», «Товарознавство. Харчові продукти».

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Управління продажем та мерчандайзинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VI.

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

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

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

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

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Реклама.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

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

5.8. Зміст. Еволюція ролі реклами в реалізації різних концепцій управління ринковою діяльністю. Місце і роль реклами та реалізація концепції маркетингу. Реклама в системі засобів маркетингових технологій. Роль реклами в реалізації маркетингових технологій. Технології при створенні рекламного продукту. Реклама в реалізації маркетингових технологій мерчандайзингу. Реклама в реалізації маркетингових технологій брендингу. Реклама в реалізації маркетингових технологій гіфт-маркетингу. Управління рекламною діяльністю.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Міжнародний маркетинг.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VI.

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

5.6. Результати навчання. Вивчення дисципліни передбачає придбання студентами наступних компетентностей та компетенцій: визначення сутності та концептуальних основ сучасного міжнародного маркетингу; вивчення складових міжнародного маркетингового середовища та розуміння їх впливу на діяльність підприємства; опанування основних характеристик кон'юнктури сучасного маркетингу; вивчення сутності поняття товару в системі міжнародного маркетингу; обґрунтування міжнародної маркетингової цінової політики; аналіз міжнародної маркетингової збутової діяльності; дослідження системи міжнародних маркетингових комунікацій; формування інформаційної бази міжнародних маркетингових досліджень; управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Поведінка споживачів», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика».

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

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

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Інформаційні війни.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VI.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Маскевич О.Л., к.ф.н., старший викладач.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Політологія

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VI.

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

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

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

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Гелей С.Д. Політологія : навч. посіб. / С.Д. Гелей, С.М. Рутар. – 7-ме вид., перероб. і допов. – К. : Знання, 2008. – 415 с.
2. Горлач М.І. Політологія: наука про політику : підруч. для студ. вузів / М.І. Горлач, В.Г. Кремень. – К. : ЦУЛ, 2009. – 840 с.
3. Кирилюк Ф.М. Новітня політологія : навч. посіб. для студ. вузів / Ф.М. Кирилюк ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : ЦУЛ, 2009. – 564 с.
4. Кравчук Л.В. Політологія : семінар / Л.В. Кравчук, С.Л. Кравчук. – Вид. 2-е, доп. – Тернопіль : Навчальна книга: Богдан, 2012. – 208 с.
5. Цюрупа М.В. Основи сучасної політології : підруч. для студ. вузів / М.В. Цюрупа, В.С. Ясинська. – К. : Кондор, 2009. – 354 с.
6. Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія : підручник / П.П. Шляхтун. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 472 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Соціологія.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2020/2021.

5.4. Семестр. VI.

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

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

5.11. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Базові знання з історії України.

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

5.8. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Примуш М. В. Загальна соціологія: навч. посібник / М. В. Примуш. – К.: Професіонал, 2004. – 592с.
2. Сірий Є. В. Соціологія: загальна теорія, історія розвитку, спеціальні та галузеві теорії: навч. посібник / Є. В. Сірий. – [2-ге вид]. – К.: Атіка, 2007. – 480с.
3. Черниш Н.Й. Соціологія: підручник / Н. Черниш. – К.: Знання, 2009. – 468с.
4. Юрій М. Ф. Соціологія: підручник / М. Ф. Юрій. – К.: Кондор, 2007. – 288с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Логістика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VII.

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», «Економічна теорія», «Правознавство», «Основи підприємництва», «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства», «Маркетингова товарна політика», «Управління продажем та мерчандайзинг».

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Комерційна логістика : навч. посібник / за ред. А. А. Мазаракі ; [А. А.Мазаракі, Т. Д. Москвітіна, В. М. Торопков, В. В. Черепов, Д. В. Кочубей, М. В. Лях]. – К. : КНТЕУ, 2013. – 408 с.
2. Горбенко О. В. Логістика : навч. посібник / О. В. Горбенко. – К. : Знання, 2014. – 315 с.
3. Логістика: Теорія та практика : навч. посібник / В. М. Кислий, О. А. Біловодська, О. М. Олефіренко, О. М. Соляник. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
4. Організація та проектування логістичних систем : підручник / М. П. Денисенко, П. Р. Левковець, Л. І. Михайлова та ін. ; за ред. М. П. Денисенка, П. Р. Левковця, Л. І. Михайлової. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.
5. Дудар Т. Г. Основи логістики : навч. посібник / Т. Г. Дудар, Р. В. Волошин. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 176 с.
6. Гаджинский А. М. Практикум по логистике / А. М. Гаджинский. – 8-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К, 2009. – 312 с.
7. Волгин В. В. Склад: логистика, управление, анализ / В. В. Волгин. – 10-е изд., перераб. и доп. – 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VII.

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. «Економічна інформатика», «Економічна теорія», «Правознавство», «Основи підприємництва», «Менеджмент», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Економіка підприємства», «Маркетингова товарна політика», «Управління продажем та мерчандайзинг».

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.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

– поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Ділові переговори.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VII.

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

5.6. Результати навчання. Вміти 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. «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Менеджмент».

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

5.9.Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Афанасьєв І. Діловий етикет: – 2-е вид., перероб. і доп. – К.: “Альтерпрес”, 2001. – 352 с. – Рос. мовою.
2. Ботавина Р. Н. Этика деловых отношений: Учебное пособие для студентов обучающихся по экономическим специальностям. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 208 с.
3. Галушко В. П. Діловий протокол та ведення переговорів – Вінниця: НОВА КНИГА, 2002. – 223 с.
4. Энциклопедия этикета. – М.: АСТ: Астрель, 2004. – 640 с.
5. Этикет. Сост. Улищенко О. Н – Харьков: Фомо, 1998. – 400 с.
6. Маккей Х. Как уцелеть среди акул: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1993. – 367 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Е. 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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Комп'ютерна графіка в рекламі.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Уманець В.О., к.п.н., доцент.

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

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

5.8. Зміст. Растрова і векторна графіка. Основні визначення. Растровий графічний редактор Adobe Photoshop. Інтерфейс програми. Виділення фрагментів зображення. Переміщення, дублювання і редагування виділених зображень. Сканування, корекція, ретушування і відновлення фотозображень. Робота з шарами зображення. Налаштовуючі шари. Маски шарів. Фільтри в Adobe Photoshop. Робота з текстом. Малювання в Adobe Photoshop. Фотоефекти в Adobe Photoshop. Анімація в Adobe Photoshop. Портретна ретуш в Adobe Photoshop. Корекція кольорів в Adobe Photoshop. Полігональний ефект в Adobe Photoshop.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

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

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове

опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);
- підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетинг послуг.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Боровська О.Г., к.е.н., старший викладач.

5.6. Результати навчання. Надання системи спеціальних теоретичних та практичних знань у сфері маркетингу послуг, набуття навичок організації маркетингу на підприємстві, що надає послуги, з урахуванням кон'юнктури ринку, вимог чинних законодавчих і нормативних актів, правил надання послуг та захисту прав споживачів; класифікацію та характеристики послуг; інноваційну товарну політику підприємства, що надає послуги; складові комплексу маркетингу сервісного підприємства; основні маркетингові стратегії для організації сфери послуг; методи аналізу конкурентів та визначення конкурентної позиції підприємства сфери послуг на ринку; визначати споживчі ризики на ринку послуг та методи їх зменшення; планування та розробку бюджету маркетингу у сфері послуг; управління сервісними продуктами; аналіз та контроль рівня виконання послуги.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика», «Логістика».

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; Позичування послуг підприємствами на ринку; планування маркетингу та організація надання конкурентоспроможних послуг; Конкурентні сили та споживчі ризики на ринку послуг.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

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

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Реклама в Інтернеті.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022

5.4. Семестр. VII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Уманець В.О., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Здобуття здобувачами вищої освіти навичок сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань щодо застосування різних видів реклами в мережі Інтернет та створення сайту своєї компанії в Інтернеті.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика», «Економічна інформатика».

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 (усне опитування, індивідуальне завдання, письмове опитування, комп'ютерне тестування у системі MOODLE, тестування, реферат);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Прямий маркетинг.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

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. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика».

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Теорія зв'язків з громадськістю.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

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

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

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

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва: Організація торгівлі.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання: 2021/2022.

5.4. Семестр: VIII.

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. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика».

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Маркетингова цінова політика.

5.2. Тип. Обов'язкова.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

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 розробки маркетингової цінової політики підприємства, використання методів ціноутворення, розробки системи знижок та надбавок.

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

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Дизайн в рекламі.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Уманець В.О., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. В результаті вивчення дисципліни у здобувачів вищої освіти формується система знань та навичок щодо ретроспективного розгляду концепцій дизайну, включаючи формо втілення предметового оточення і середовища існування, осмислення їхньої ролі в комплексному підході до формування матеріально-художньої культури, рішення соціально-значимих моментів. Другий аспект – вивчення методів передпроектного аналізу, проектних досліджень, методики й коштів дизайну-проекування. Набуття здобувачами практичних навичок щодо використання інструментарію глобального інформаційного простору задля розміщення своєї інформації в глобальній мережі та розв'язання бізнес завдань, що мають виникати під час роботи менеджера за допомогою рекламних технологій.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна інформатика», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика».

5.8. Зміст. Історія становлення і еволюції дизайну (світовий і вітчизняний досвід). Дизайн реклами як вид художнього проектування. Основні поняття і визначення дизайну. Теоретичні концепції західного та вітчизняного дизайну. Основи дизайн-композиції рекламної продукції. Структура композиції реклами. Ергономічне забезпечення дизайн – проектування. Символіка кольорів у рекламі. Типографіка та модульність реклами. Зображення в рекламі. Художнє конструювання різних видів реклами. Фірмовий стиль і його носії

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/ засоби.

1. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике / Роберт Брингхерст / Пер. с англ. Галины Северской. – М.: Издатель Д. Аронов, 2006. – 432 с.
2. Буковецкая О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. – 2-е изд., испр., – М.: ДМК, 2000. – 304 с.
3. Дурняк Б. В., Батюк А. Є. Розробка і дизайн рекламних видань: Навчальний посібник – Львів: Видавництво «Українська академія друкарства», 2006. – 315 с.
4. Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа / Г. А. Кнабе. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 736 с.
5. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Элис Туэмлоу / Пер. с англ. К. Крутских. – М. : ООО «Издательство Астрель», 2006. – 256 с., илл.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Економічний аналіз.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Лобачева І.Ф., к.п.н., доцент.

5.6. Результати навчання. Оволодіння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок щодо оцінки, діагностики та пошуку можливостей досягнення позитивних змін у розвитку суб'єктів господарювання чи інших економічних об'єктів та їх структурних підрозділів, здійснення оперативного моніторингу, пошуку варіантів найбільш ефективних управлінських рішень, поєднання стратегії і тактики стійкого економічного зростання, забезпечення інтеграції національних, корпоративних та особистих інтересів всіх учасників економічних процесів. Здобувачі повинні знати: зміст аналітичних досліджень та їх цільове спрямування; наукові принципи економічного аналізу та важливість їх дотримання; часові і просторові форми економічного аналізу та особливості методики і організації їх здійснення; інформаційні ресурси аналізу за різними методиками оцінки, діагностики та пошуку; науковий інструментарій аналізу (прийоми, методи, способи розв'язку аналітичних задач); вибір організаційних

систем технологій і процедур економічного аналізу; зміст аналітичних висновків, пропозицій і обґрунтувань. Здобувачі повинні вміти: визначити методiku аналізу за конкретними економічними дослідженнями; провести аналіз основних показників діяльності досліджуваного об'єкту; надати достатню аргументацію аналітичних висновків і пропозицій; застосувати інформаційні технології та системи аналізу економічних явищ і процесів; визначити особливості реалізації аналітичних процедур у реалізації функцій управління і менеджменту.

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

5.8. Зміст. Економічний аналіз як наука, його зміст та методологічна основа. Парадигма сучасного економічного аналізу. Типологія видів економічного аналізу. Метод економічного аналізу і його характеристики. Моделювання економічних явищ і процесів у факторному аналізі. Економіко-логічні (традиційні) методи та прийоми економічного аналізу. Економіко-математичні методи в економічному аналізі. Методика комплексного економічного аналізу та її структурні елементи. Організація економічного аналізу та її структурні елементи. Параметральний аналіз результатів виробничої діяльності. Методи аналізу ефективності використання ресурсів виробничої діяльності, витрат виробництва і собівартості продукції (робіт, послуг). Реалізація функцій аналізу при дослідженні фінансового стану та фінансових результатів діяльності.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій : навч. посібник / Н.Г. Шпанковська, Г.О. Король, К.Ф. Ковальчук; за ред. К.Ф. Ковальчука. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 328 с.
2. Бутко А.Д. Теорія економічного аналізу : підручник. /А.Д. Бутко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 411 с.
3. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз : навч. посібник. / Грабовецький Б.Є. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256 с.
4. Гринів Б.В. Економічний аналіз торговельної діяльності: навч. посібник. / Б.В. Гринів. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 392 с.
5. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630с.
6. Організація і методика економічного аналізу: навч. посібник / Т.Д. Косова, П.М. Сухарев. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.
7. Теорія економічного аналізу: опорний конспект лекцій / Є.В. Мних, А.Д. Бутко. – К.: КНТЕУ, 2010. – 80 с.
8. Шевчук В.О. Аналіз господарської діяльності: навч. посібник / В.О. Шевчук, О.В. Коновалова, В.П. Пантелєєв. – К. : НАСООА, 2011. – 399 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Медіапланування.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VIII.

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

5.6. Результати навчання. В результаті вивчення дисципліни здобувачі повинні: знати передумови виникнення, сутність та історичний розвиток уявлень про медіапланування; основні принципи, поняття та показники медіапланування; характеристики різних видів медіа, їх недоліки, переваги та особливості медіапланування; види та методику проведення медіадосліджень; зміст та структуру медіа плану; вміти власноруч використовувати методичний та методологічний інструментарій медіапланування; розробляти медіаплатформи на основі даних медіадосліджень та цілей рекламної кампанії; аналізувати та розраховувати медіапоказники; використовувати комп'ютерні програми в процесі медіапланування.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна інформатика», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика».

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

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/ засоби.

1. Васильев Г.А. Медиапланирование / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. – М. : Вуз. учеб., 2009. – 272 с.
2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Е.Л. Головлева. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 251 с.
3. Кочеткова А.В. Медиапланирование / А.В. Кочеткова. – М. : РИП- холдинг, 2003. – 174 с.
4. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. – М. : Дашков и Ко, 2009. – 180 с.
5. Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100% / А.Н. Назайкин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 460 с.
6. Радченко В. Основы медиапланирования. – К. : Укр. асоц. маркетинга, 2010. – 60 с.
7. Сиссорс Дж. Рекламное медиапланирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 411 с.
8. Шарков Ф.И. Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. пособие / Ф.И. Шарков. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 256 с.
9. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608 с.

5.10. Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Торговельне обладнання.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VIII.

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

5.6. Результати навчання. Загальні та фахові компетентності. Дисципліна сприяє задоволенню освітніх інтересів особистості та набуття здобувачами необхідних практичних навичок, пов'язаних із механізацією та контролем технологічних процесів, що здійснюються на підприємствах торгівлі, їх удосконаленням, підбором та розташуванням, експлуатацією, первинним технічним обслуговуванням та правилами організації ремонту обладнання.

5.7. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Організація торгівлі», «Маркетинг», «Управління продажем та мерчандайзинг».

5.8. Зміст. Загальні відомості про обладнання торговельних підприємств. Немеханічне торговельне обладнання. Ваговимірвальне обладнання. Обладнання для розрахунку з покупцями. Холодильне обладнання. Торговельні автомати. Підйимально-транспортне обладнання. Технологічне обладнання. Автоматизовані системи в сфері торгівлі.

5.9. Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Мазаракі А.А. Устаткування закладів ресторанного господарства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко та ін. ; за ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013.
2. Методичні рекомендації щодо базових моделей ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів (Затверджено Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 28.07.2004 № 281).
3. Оборудование торговых предприятий / Т.Р. Парфентьева, Н.Б. Миронова, А.А. Петухова, Н.М. Филипова. М. : ИРПО ; Академия, 2007.
4. Черевко О.І. Обладнання підприємств сфери торгівлі: навч. посіб. / О.І. Черевко, О.В. Новікова, В.О. Потапов. К. : Ліра-К, 2010.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.

5.1. Назва. Торговельний маркетинг.

5.2. Тип. За вибором.

5.3. Рік навчання. 2021/2022.

5.4. Семестр. VIII.

5.5. Лектор, науковий ступінь, посада. Соколюк К.Ю., к.е.н., старший викладач.

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».

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. 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.
2. Мазараки А. А. Торговля: история, цивилизация, мораль : монографія / А. А. Мазараки. – К. : Книга, 2010. – 624 с.
3. 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.
4. Організація і технологія торгівлі : опорний конспект лекцій / авт. Н. О. Голошубова. – К. : КНТЕУ, 2013. – 189 с.
5. 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, практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

5.11. Методи і критерії оцінювання.

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

5.12. Мова навчання та викладання. Українська.