

**Міністерство освіти і науки України  
Київський національний торговельно-економічний  
університет  
Факультет економіки, менеджменту і права**

## **ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ**

### **Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)**

**галузь знань**

**0303 «Журналістика та інформація»**

**напрямок підготовки**

**030302 «Реклама і зв'язки  
з громадськістю»**

**освітньо-кваліфікаційний рівень**

**«бакалавр»**

**Київ 2014**

## ВСТУП

### Що таке ЄКТС?

Європейську кредитно-трансферну систему (ЄКТС) створено для забезпечення єдиної міждержавної процедури виміру, порівняння і підтвердження кваліфікацій та результатів навчання, сприяння мобільності студентів, спрощення розуміння й порівняння навчальних програм та досягнень як між вітчизняними, так і зарубіжними навчальними закладами.

Ця система базується на угоді, яка передбачає, що навчальне навантаження студента денної форми навчання впродовж навчального року становить 60 кредитів.

До навчального навантаження входять усі види робіт студентів: відвідування лекцій, підготовка та участь у семінарах, практичних і лабораторних заняттях, самостійна робота, складання заліків та екзаменів, проходження практики, написання та захист курсових і дипломних робіт.

Система ЄКТС ґрунтується на принципах взаємної довіри учасників і передбачає використання всіх її складових: *кредитів ЄКТС, шкали оцінювання, угоди про навчання, інформаційних пакетів, академічної довідки, Diploma Supplement.*

*Кредити ЄКТС* – числовий еквівалент навчального навантаження, необхідного студентам для досягнення очікуваних результатів навчання, призначаються всім розділам програми навчання (дисципліні) для окреслення навчального навантаження студента та виконують дві функції: визначення трудомісткості роботи та облік її виконання. Кредити ЄКТС зараховуються студентам, які успішно вивчили дисципліну і одержали позитивну оцінку за виконану роботу.

*Шкалу оцінювання* використовують для спрощення переведення оцінок, отриманих за системою ЄКТС, національною і 100-баловою системами КНТЕУ.

**Таблиця відповідності шкали оцінювання ЄКТС  
національній системі оцінювання та КНТЕУ**

Оцінка за шкалою ЄКТС	Визначення	Оцінка за системою	
		національною	КНТЕУ
<b>A</b>	ВІДМІННО – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	відмінно	<b>90–100</b>

### Закінчення таблиці

<b>B</b>	ДУЖЕ ДОБРЕ – вище середнього рівня з кількома помилками	добре	<b>82–89</b>
<b>C</b>	ДОБРЕ – загалом правильна робота з певною кількістю значних помилок		<b>75–81</b>
<b>D</b>	ЗАДОВІЛЬНО – непогано, але зі значною кількістю недоліків	задовільно	<b>69–74</b>
<b>E</b>	ДОСТАТНЬО – виконання задовольняє мінімальні критерії		<b>60–68</b>
<b>FX</b>	НЕЗАДОВІЛЬНО – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	незадовільно	<b>35–59</b>
<b>F</b>	НЕЗАДОВІЛЬНО – необхідна серйозна подальша робота, обов’язковий повторний курс		<b>1–34</b>

## 1. Інформація про заклад.

### 1.1. Назва та адреса.

Київський національний торговельно-економічний університет  
Адреса : вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156 факс: 544-39-74, 544-74-14  
Електронна пошта: [knteu@knteu.kiev.ua](mailto:knteu@knteu.kiev.ua), <http://www.knteu.kiev.ua>

### 1.2. Академічний календар.

Початок занять – 1 вересня. Завершення занять – 30 червня.

Навчання проводяться за семестрами.

Сесії: друга половина січня; друга половина червня.

### 1.3. Адміністрація закладу.

<b>Мазаракі Анатолій Антонович</b>	Ректор д.е.н., проф., академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки
<b>Притульська Наталія Володимирівна</b>	Перший проректор з науково-педагогічної роботи д.т.н., проф.
<b>Шаповал Світлана Леонідівна</b>	Проректор з науково-педагогічної роботи к.т.н., доц.
<b>Мельниченко Світлана Володимирівна</b>	Проректор з наукової роботи д.е.н., проф.
<b>Сай Валерій Миколайович</b>	Проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв’язків к.е.н., доц.

**Шаповал  
Леонід  
Геннадійович**

Проректор з адміністративно-господарської роботи

#### **1.4. Загальний опис закладу.**

**Київський національний торговельно-економічний університет** – один із найавторитетніших навчальних закладів України, акредитований за найвищим IV рівнем.

Його історія бере початок від Київського філіалу Всесоюзного заочного інституту радянської торгівлі, створеного в 1946 р. Указом Президента України у 2000 р. університету надано **статус національного**.

До складу університету, крім базового закладу, де функціонують 5 факультетів, входять 4 навчальні інститути, 9 коледжів і 3 вищі комерційні училища, розташовані у Києві, Харкові, Вінниці, Чернівцях, Хмельницькому, Ужгороді, Коломиї, Бурштині, Житомирі та Ялті.

Університет є лідером у реформуванні вищої освіти України, першим у країні здійснив суттєве оновлення змісту освіти, широко-масштабне впровадження комп'ютеризації, новітніх навчальних технологій на базі програмних продуктів, локальних глобальних інформаційних мереж. Створено сучасний бібліотечний комплекс з електронним обслуговуванням читачів. Активно діє система паралельного навчання та інтегрованої ступеневої освіти. Система управління якістю КНТЕУ сертифікована за Міжнародним стандартом ISO 9001:2008 та ДСТУ ISO 9001:2009.

Університет виконує функції науково-методичного центру для вищих навчальних закладів України з підготовки фахівців із напрямів «Менеджмент» та «Товарознавство і торговельне підприємництво», є розробником державних стандартів освіти з цих напрямів.

При університеті діє 4 спеціалізовані вчені ради із захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора, кандидата економічних, технічних та психологічних наук.

Здійснюється підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації фахівців за державним замовленням, угодами з юридичними і фізичними особами для сфер внутрішньої та зовнішньої торгівлі, фінансової системи і права, митної служби, захисту прав споживачів, антимонопольної діяльності, економіки підприємництва, банківської і страхової справи, бухгалтерського обліку, фінансового контролю, ресторанного та готельного господарства, туризму, інших ланок інфраструктури. Лабораторія дистанційного навчання КНТЕУ пропонує системи підготовки та перепідготовки фахівців без відриву від основної професійної діяльності.

В університеті навчається понад 33 тис. студентів. Підготовка фахівців здійснюється за 16 напрямками – для бакалаврів, 20 спеціальностями – спеціалістів, 27 спеціальностями та 50 програмами – магістрів.

Для забезпечення високого рівня практичної підготовки студентів функціонують Навчально-виробниче об'єднання, Центр навчально-тренінгових фірм, Центр із сертифікації продукції послуг та систем якості.

З метою організації та координації навчального процесу, виховної роботи зі студентами, наукової діяльності діють функціональні відділи, бібліотека, Центр розвитку кар'єри, інші підрозділи.

Високий рівень підготовки фахівців забезпечують кваліфіковані, досвідчені науково-педагогічні кадри. Частка викладачів з науковими ступенями доктора та кандидата наук перевищує 70 відсотків. Працює 13 заслужених діячів науки і техніки, заслужених працівників вищої школи, народної освіти, 4 академіки та 4 члени-кореспонденти академій наук. Створено систему підвищення рівня педагогічної майстерності, опанування викладачами сучасних форм і методів навчання. Працює Вища школа педагогічної майстерності.

КНТЕУ укладено угоди з міністерствами і підприємствами про творчу науково-технічну співдружність та співпрацю в галузі підготовки фахівців багатьох спеціальностей, зокрема з Рахунковою палатою України, Національним банком України, Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, Міністерством фінансів України, Міністерством закордонних справ України, Державною податковою службою України, Державною митною службою України, Державною казначейською службою України, Антимонопольним комітетом України, Державною фінансовою інспекцією України, Пенсійним фондом України, акціонерними банками «Надра», «Райффайзен Банк Аваль», Торгово-промисловою палатою України, Українською асоціацією якості та іншими установами.

Встановлені та підтримуються творчі зв'язки більше ніж із 100 навчальними закладами 27 країн. Університет є членом багатьох міжнародних організацій, у тому числі Міжнародної асоціації університетів, Європейської асоціації міжнародної освіти, Міжнародної спілки товарознавства і технологій, Європейської академії ритейлу та інших; бере участь у виконанні ряду міжнародних проєктів, зокрема з підготовки фахівців казначейської справи, банківської системи, туризму та готельного господарства.

Університет є учасником міжнародних програм ERASMUS MUNDUS, TEMPUS MODEP та партнером Великої хартії університетів.

Матеріально-технічна база навчального закладу відповідає міжнародним стандартам. Для студентства створено сприятливі соціально-побутові умови. До послуг викладачів і студентів – 5 сучасно облаштованих гуртожитків, спортивні та тренажерні зали, 7 кафе-терій, 2 їдальні, медпункт, пральня та інші побутові пункти. На базі університету працює юридична клініка «Центр правового захисту», що надає безкоштовну правову допомогу. Студенти та співробітники мають змогу оздоровлюватися на базах відпочинку (узбережжя Чорного моря).

У 2013 році за підсумками авторитетного рейтингу вищих навчальних закладів України «Топ 200 України» КНТЕУ входить до першої двадцятки. За рейтингом МОН України КНТЕУ посідає 2 місце серед економічних ВНЗ, 3 місце – за рейтингом «Компас» та 6 місце – за найкращою підготовкою топ-менеджерів (за рейтингом «Forbes»).

### 1.5. Перелік програм, які пропонує заклад.

Галузь знань	Напрямок підготовки	Спеціальність	ОКР «бакалавр» – професійне спрямування, ОКР «магістр» – спеціалізація
<b>0203</b> Гуманітарні науки	020203 Філологія		–
<b>0301</b> Соціально-політичні науки	030102 Психологія	03010201 Психологія	–
<b>0302</b> Міжнародні відносини	030206 Міжнародний бізнес		–
<b>0303</b> Журналістика та інформація	030302 Реклама і зв'язки з громадськістю	03030201 Реклама	–
<b>0304</b> Право	030401 Правознавство	03040101 Правознавство	Комерційне право Фінансове право Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності

Продовження таблиці

Галузь знань	Напрямок підготовки	Спеціальність	ОКР «бакалавр» – професійне спрямування, ОКР «магістр» – спеціалізація
<b>0305 Економіка та підприєм- ництво</b>	030502 Економічна кібернетика	03050201 Економічна кібернетика	–
	030503 Міжнародна економіка	03050301 Міжнародна економіка	–
	030504 Економіка підприємства	03050401 Економіка підприємства	–
	030507 Маркетинг	03050701 Маркетинг	Маркетинг Рекламний бізнес
	030508 Фінанси і кредит	03050801 Фінанси і кредит	Державні фінанси Державна казначейська справа Фінанси підприємства Страховий менеджмент Фінансове посередництво Фінансове інвестування Лізингова діяльність
		03050802 Банківська справа	–
	030509 Облік і аудит	03050901 Облік і аудит	Облік і аудит в підприємстві Державний фінансо- вий контроль Аудит державних фінансів Управління інформацій- ними ресурсами в обліку
	030510 Товарознавство і торговельне підприємництво	03051001 Товарознавство і комерційна діяльність	Товарознавство та організація зовніш- ньої торгівлі Товарознавство та комерційна логістика
		03051002 Товарознавство та експертиза в митній справі	–

*Продовження таблиці*

Галузь знань	Напрямок підготовки	Спеціальність	ОКР «бакалавр» – професійне спрямування, ОКР «магістр» – спеціалізація
		03051003 Експертиза товарів та послуг	–
		03051004 Управління безпекою та якістю товарів	–
		03051005 Організація оптової та роздрібної торгівлі	–
<b>0306</b> <b>Менеджмент і адміністрування</b>	030601 Менеджмент	03060101 Менеджмент організацій і адміністрування	Менеджмент організацій торгівлі Менеджмент туристичного бізнесу Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу Менеджмент митної справи Менеджмент персоналу
		03060104 Менеджмент ЗЕД	Менеджмент ЗЕД Управління міжнародним бізнесом
		03060105 Менеджмент інвестиційної діяльності	
		03060106 Управління в сфері економічної конкуренції	
		03060107 Логістика	
<b>0501</b> <b>Інформатика та обчислювальна техніка</b>	050103 Програмна інженерія		
<b>0517</b> <b>Харчова промисловість та переробка сільсько-господарської продукції</b>	051701 Харчові технології та інженерія	05170113 Технології в ресторанному господарстві	



Галузь знань	Напрямок підготовки	Спеціальність	ОКР «бакалавр» – професійне спрямування, ОКР «магістр» – спеціалізація
<b>1401 Сфера обслуговування</b>	140101 Готельно-ресторанна справа	14010101 Готельна і ресторанна справа	
		14010102 Курортна справа	
	140103 Туризм	14010301 Туризмознавство	

### **1.6. Загальні вимоги до зарахування (процедури та умови зарахування).**

Інформація про вступні випробування та умови зарахування на навчання за освітньо-кваліфікаційними рівнями «бакалавр», «спеціаліст», «магістр» розміщена на сайті Київського національного торговельно-економічного університету в рубриці «Приймальна комісія»: [http://www.knteu.kiev.ua/Abitur\\_vs/index.php](http://www.knteu.kiev.ua/Abitur_vs/index.php)

### **1.7. Основні університетські правила.**

Визначено Правилами внутрішнього розпорядку (схвалено Конференцією трудового колективу 25 березня 2010 р.).

### **1.8. Присвоєння кредитів ЄКТС на основі навчального навантаження, необхідного для досягнення очікуваних результатів навчання.**

Кредити ЄКТС присвоюються особам, які досягли позитивних результатів (А, В, С, D, E) у вивченні програм навчальних дисциплін.

### **1.9. Інформація про консультативну допомогу студентам.**

Консультативна допомога (індивідуальна/групова) здійснюється згідно із затвердженим кафедрою графіком та надається викладачем з метою пояснення певних теоретичних питань, їх практичного застосування, покращання академічної успішності, посилення мотивації студентів до пізнавальної діяльності.

### **1.10. Координатори ЄКТС від університету.**

**Притульська Наталія Володимирівна** – перший проректор з науково-педагогічної роботи доктор технічних наук, професор.

**Шаповал Світлана Леонідівна** – проректор з науково-педагогічної роботи кандидат технічних наук, доцент.

**Сай Валерій Миколайович** – проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків кандидат економічних наук, доцент.

**Мостика Костянтин Вікторович** – начальник навчального відділу кандидат технічних наук, доцент.

**Осика Віктор Анатолійович** – декан факультету товарознавства та торговельного підприємництва кандидат технічних наук, доцент.

**Харченко Олександр Анатолійович** – декан факультету обліку, аудиту та економічної кібернетики кандидат технічних наук, доцент.

**Гуляєва Наталія Миколаївна** – декан факультету економіки, менеджменту і права кандидат економічних наук, професор.

**Ткаченко Тетяна Іванівна** – декан факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу доктор економічних наук, професор.

**Канєва Тетяна Володимирівна** – декан факультету фінансів та банківської справи кандидат економічних наук, доцент.

## **2. Інформація про ступеневі програми. Загальний опис.**

**2.1. Кваліфікація, що присвоюється.** Бакалавр з реклами і зв'язків із громадськістю.

### **2.2. Вимоги та положення до кваліфікації.**

Оволодіння кваліфікацією «Реклама і зв'язки з громадськістю» дозволяє здійснювати професійну діяльність, використовуючи вміння встановлювати й постійно підтримувати необхідні зв'язки із засобами масової інформації, інформаційними, рекламними, консалтинговими агентствами, агентствами по зв'язках із громадськістю, видавництвами, зацікавленими фірмами, державними й суспільними структурами, партіями й рухами; володіти навичками організації й керування прес-центром, прес-службою, відділом по зв'язках із громадськістю, центром суспільних зв'язків; вміти устанавлювати зв'язки з людьми й організаціями, що оперують важливими відомостями, джерелами інформації; опанувати навички роботи в кризових ситуаціях; планувати й організувати рекламні, пропагандистські, інформаційні кампанії, володіти навичками соціального й політичного маркетингу, уміти організувати й вести протокольні-ділові заходи; використовувати методику й техніку проведення опитувань суспільної думки.

### **2.3. Ключові результати навчання (освітні і професійні цілі).**

Випускник повинен знати:

– завдання зв'язків із громадськістю підприємств як одного з основних елементів маркетингових комунікацій,

- характеристики заходів зв'язків із громадськістю,
- етапи розроблення програми зв'язків із громадськістю,
- особливості організації зв'язків із засобами масової інформації та із різноманітними колами громадськості,
- сутність спонсорства,
- теорію керування кризами,
- принципи організації та контроль діяльності підприємства щодо встановлення зв'язків із громадськістю;

**ВМІТИ:**

- здійснювати відстеження громадської думки,
- створювати ПР-компанії,
- розробляти бюджет зв'язків із громадськістю підприємств,
- вибирати найбільш ефективні засоби зв'язків із громадськістю,
- організувати зв'язки із засобами масової інформації та різними колами громадськості,
- розробляти моделі поведінки підприємства та персоналу в можливих кризових ситуаціях,
- розраховувати ефективність проведення всіх заходів щодо зв'язків із громадськістю підприємства,
- створювати систему комунікацій з просування товарів та послуг,
- формувати імідж підприємства.

**2.4. Доступ до подальшого навчання:** отримання повної вищої освіти та здобуття кваліфікації спеціаліста або магістра.

**2.5. Діаграма структури програми навчання в кредитах ЄКТС**

Назва дисципліни	Обсяг, год	Кредити ЄКТС	I семестр	II семестр
<i>I курс</i>				
НСГ Історія України	108	3	3	
НСГ Іноземна мова (за проф. спрямуванням)	216	6	3	3
НФП Екологія	54	1,5	1,5	
НПП Безпека життєдіяльності	54	1,5	1,5	
НПП Професійна етика	54	1,5	1,5	
ВСГ Зарубіжна література	162	4,5	4,5	
ВСГ Правознавство	108	3	3	
ВФП Інформаційні системи і технології	324	9	6	3
ВФП Економічна теорія	162	4,5	4,5	

Продовження таблиці

Назва дисципліни	Обсяг, год	Кредити ЄКТС	I семестр	II семестр
ВПП Університетська освіта	54	1,5	1,5	
НСГ Історія української культури	108	3		3
НФП Соціологія масової комунікації	108	3		3
НПП Масова комунікація	216	6		6
КР з масової комунікації				
НФП Основи наукових досліджень	54	1,5		1,5
ВСГ Українська література і фольклор	162	4,5		4,5
ВСГ Психологія	54	1,5		1,5
ВСГ Національна економіка	108	3		3
ВПП Web-дизайн	54	1,5		1,5
НСГ Фізичне виховання*	216	6	3	3
Разом		60	30	30
<b>II курс</b>				
Назва дисципліни	Обсяг, год	Кредити ЄКТС	III семестр	IV семестр
НСГ Іноземна мова (за проф. спрямуванням)	162	4,5	3	1,5
НСГ Філософія	162	4,5	4,5	
НПП Історія реклами та зв'язків з громадськістю	108	3	3	
НПП Українська мова (за проф. спрямуванням)	216	6	3	3
НПП Право в галузі реклами та зв'язків із громадськістю	108	3	3	
ВФП Основи менеджменту	108	3	3	
ВФП Журналістика	108	3	3	
ВПП Маркетинг	216	6	6	
ВС Психологія кар'єри	54	1,5	1,5	
ВС Історія консумеризму				
НПП Практична стилістика	108	3		3
ВСГ Політологія	108	3		3
ВСГ Економіка підприємства	162	4,5		4,5
ВС Інформаційні війни	54	1,5		1,5
ВПП Система маркетингових комунікацій	162	4,5		4,5
КР з системи маркетингових комунікацій				
ВПП Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках з громадськістю	108	3		3
НСГ Фізичне виховання*	216	6	3	3
НПП Навчальна практика	216	6		6
Разом		60	30	30

Продовження таблиці

<i>III курс</i>				
Назва дисципліни	Обсяг, год	Кредити ЄКТС	V семестр	VI семестр
НПП Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках з громадськістю	216	6	6	
НПП Основи реклами	162	4,5	4,5	
НПП Основи зв'язків з громадськістю	162	4,5	4,5	
ВФП Комуникативна логіка	54	1,5	1,5	
ВСГ Ділова іноземна мова	108	3	3	
ВФП Видавнича справа та редагування	162	4,5	4,5	
ВПП Організація роботи рекламного та PR-агентства	162	4,5	4,5	
КР з організації роботи рекламного та PR-агентства				
НПП Дизайн у рекламі	216	6		6
НПП Прес-служби	54	1,5		1,5
НПП Іміджологія	108	3		3
ВПП Психологія реклами	108	3		3
ВПП Спічрайтинг	108	3		3
ВПП Поведінка споживачів	162	5		4,5
ВПП Реклама та зв'язки з громадськістю в Інтернеті	162	5		4,5
ВПП Кризові комунікації	54	1,5		1,5
ВПП Реклама в торгівлі	54	1,5		1,5
ВПП Галузеві зв'язки з громадськістю	54	1,5		1,5
НСГ Фізичне виховання*	216	6	3	3
ВС Військова підготовка*	338	9,5	4,5	5
Разом		59,5	28,5	30
<i>IV курс</i>				
Назва дисципліни	Обсяг, год	Кредити ЄКТС	VII семестр	VIII семестр
НПП Копірайтинг	108	3	3	
ВПП Прямий маркетинг	108	3	3	
ВПП Ділові переговори	162	4,5	4,5	
ВПП Мерчандайзинг	108	3	3	
ВПП Рекламні технології	270	7,5	7,5	
ВПП Медіапланування	162	4,5	4,5	
КР з медіапланування				
ВПП Реклама в системі маркетингу	108	3	3	
ВС Основи поліграфії	54	1,5	1,5	

*Закінчення таблиці*

Назва дисципліни	Обсяг, год	Кредити ЄКТС	VII семестр	VIII семестр
ВС Рекламний креатив				
НПП Бренд-менеджмент	162	4,5		4,5
НПП Основи охорони праці	54	1,5		1,5
НПП Зарубіжна реклама іа ПР	54	1,5		1,5
ВПП Макетування та верстка у рекламній та ПР-діяльності	162	4,5		4,5
ВПП Фірмовий стиль	108	3		3
ВС Соціальна реклама	54	1,5		1,5
ВС Ярмаркова та виставкова діяльність				
НСГ Фізичне виховання*	108	3	3	
ВС Військова підготовка*	338	9	4,5	4,5
Виробнича комплексна практика	108	3		3
<b>Усього</b>		49,5	30	19,5

\* *позакредитна дисципліна, винесена на секційне заняття*

**2.6. Кінцеве екзаменування.** Комплексний державний іспит з базової освіти. Захист дипломної бакалаврської роботи.

**2.7. Вимоги до екзаменування і оцінювання.**

В університеті діє «Положення про систему контролю знань студентів» (затверджене ректором 30 серпня 2012 р.), в якому визначено форми контролю знань: екзамен/залік (зазначаються у відповідному навчальному плані), порядок організації контролю знань тощо.

Критерії оцінювання знань студентів з відповідної дисципліни зазначаються в екзаменаційних білетах / завданнях на залік.

**2.8. Координатори ЄКТС від факультету.**

**Гуляєва Наталія Миколаївна** – декан факультету економіки, менеджменту і права, кандидат економічних наук, професор.

Адреса: 02156, м. Київ, вул. Кіото, 19. КНТЕУ (кім. А-435).

Тел.:(044) 544-39-85; факс(044) 544-39-85;

e-mail: [gulaeva@knteu.kiev.ua](mailto:gulaeva@knteu.kiev.ua).

Години, коли можна зв'язатися з координатором:

щоденно з 9:00 до 16:00 (крім суботи і неділі).

(044)531-47-79

**Заступник декана  
з навчально-методичної  
роботи**

Новікова

Наталія Леонідівна

(044)531-47-81	<b>Заступник декана з навчальної роботи</b>	Даниленко Ніна Адольфівна
(044)531-47-81	<b>Заступник декана з навчальної роботи</b>	Голік Оксана Василівна
(044)531-47-81	<b>Заступник декана з навчально-виховної роботи</b>	Сердюченко Олексій Володимирович

### 3. Опис дисциплін.

#### І курс

**3.1. Назва.** Історія України.

**3.2. Шифр.** НСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** I.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Губицький Л.В., канд. іст. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування (з позиції історичного досвіду) розуміння сутності історичних перетворень, що відбуваються в сучасній Україні, а також почуття патріотизму, історично науково обґрунтованої свідомості.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія України» рівня повної загальної середньої освіти.

**3.10. Зміст.** Періодизація історії України. Історична схема М. Грушевського. Давня історія України. Внутрішні та зовнішні чинники розвитку давньоруської держави. Інкорпорація України-Руси Литвою. Захоплення українських земель Польщею. Козацтво в історії України. Національно-визвольна боротьба українського народу. Формування Української держави. Велика руїна. Гетьманщина. Україна під владою Російської та Австро-Угорської імперій. Боротьба за відродження державності України у 1917–1920 рр. Україна в умовах становлення комуністичного режиму. Україна у Другій світовій війні та першому повоєнному десятилітті. Обмеження тоталітаризму. Реформи М. Хрущова. Діяльність П. Шелеста та В. Щербицького. Реформи М. Горбачова. Об'єктивні та суб'єктивні причини розпаду СРСР. Декларація про державний суверенітет України. Акт проголошення незалежності. Конституційний процес.

### 3.11. Рекомендовані джерела.

1. Грушевський М.С. Історія України-Руси : у 11 т., 12 кн. / М.С. Грушевський. – К. : Наук. думка, 1991.
2. Історія України : хрестоматія : у 2 ч. : навч. посіб. – К. : Альтерпрес, 2004.
3. Литвин В.М. Історія України : навч. посіб. / В.М. Литвин, В.М. Мордвінцев, А.Г. Слюсарченко. – К. : Знання, 2006.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські заняття з використанням інформаційних технологій.

### 3.13. Методи оцінювання:

- поточний/ модульний контроль (комп'ютерне тестування, опитування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Іноземна мова (за професійним спрямуванням).

**3.2. Шифр.** НСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015, 2015–2016.

**3.5. Семестр.** I–IV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 10,5.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.**

Англ.	Фр.	Нім.
Харченко Г.Є., старш. викл. Голік Л.А., канд. пед. наук, доц. Іваненко Г.П., викл.	Образ О.Г., канд. філол. наук, доц.	Строкань Н.О., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок ділового спілкування, читання та перекладу оригінальної іншомовної літератури з фаху, написання анотації/реферату/ділового листа, робота з комерційною документацією. Програма розрахована на досягнення РВМ В<sub>2</sub>.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** Вхідний рівень володіння іноземною мовою В<sub>1</sub>+

**3.10. Зміст.** Бізнес та комерційні організації. Організація та персонал. Продукт, ринок та ринкові відносини. Фінанси. Облік і аудит. Банки і банківська діяльність. Міжнародний бізнес. Засоби ділового спілкування. Основні економічні поняття. Маркетинг. Чинники маркетингу. Менеджмент. Класифікація товару та його ціна. Форми торгівлі. Реклама. Типи реклами. Реклама в Україні. Реклама та поведінка споживача. Етика реклами. Формування умінь і навичок ділового листування, ділових контактів.



### 3.11. Рекомендовані джерела.

Англ.	
1. Латигіна А.Г. English of International Business and Management / А.Г. Латигіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005.	
2. Рудешко Є.В. Англо-українсько-російський словник термінів з обліково-фінансової діяльності та банківської справи з тлумаченням англійською мовою. Ч. I, II / Є.В. Рудешко, А.П. Розум. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002.	
3. Рудешко Є.В. Англійська мова комерційної діяльності / Є.В. Рудешко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002.	
4. Харченко Г.Є. English of Advertising : підручник / Г.Є. Харченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006.	
Нім.	Фр.
1. Щербань Н.П. Німецька мова : підруч. для студ. неспец. фак. вузів / Н.П. Щербань, Г.А. Лабовкіна, Я.В. Бачинський, В.І. Кушнерик. – Ч.1. – Чернівці, 2003. – 270 с.	1. Колечко О.Д. : підруч. з фр. мови для студ.-економістів / О.Д. Колечко, В.Г. Крилова. – К. : КНЕУ, 1998.
2. Німецька мова : підруч. для студ. неспец. фак. вузів / Н.П. Щербань, Г.А. Лабовкіна, Я.В. Бачинський, В.І. Кушнерик. – Чернівці, 1998. – Ч. 2. – 196 с.	2. Образ О.Г. Французька мова для банкірів : навч. посіб. / О.Г. Образ. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2000.

**3.12. Методи навчання.** Практичні заняття, інтерактивні методи та технології викладання.

#### 3.13. Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (залік);
- після вивчення – державний іспит.

**3.14. Мова навчання.** Англійська, французька, німецька.

**3.1. Назва.** Екологія.

**3.2. Шифр.** НФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** I.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Бохан А.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування системного уявлення про екологічні процеси та явища, які набувають особливих форм прояву та значення в розвитку суспільства; розуміння визначальних принципів і концептуальних підходів щодо економічного оцінювання природних ресурсів; формування умінь і навичок аналітичної інтерпретації сучасних екологічних тенденцій та їх прогресивних спрямувань; набуття навичок аналізу інтегрованих показників стану навколишнього середовища та економічної ефективності природоохоронних заходів; уміння використовувати емпіричний та статистичний аналіз визначення стану міжнародного екологічного середовища з метою обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку екологічної індустрії.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни:** «Біологія», «Природознавство».

**3.10. Зміст.** Предмет, зміст і завдання дисципліни. Екосистеми та їх значення в функціонуванні біосфери. Науково-технічний прогрес і економіка природокористування. Система екологічного управління. Екологічне законодавство та правове регулювання еколого-економічних відносин. Фінансування та економічне стимулювання екологічної діяльності. Економічна ефективність екологічних і природоохоронних заходів. Техногенне навантаження та галузеві аспекти екології. Механізм екологізації економіки. Екологічна стандартизація, сертифікація та маркування. Екологізація підприємництва. Регіональні екологічні проблеми. Екологічна безпека. Міжнародна екологічна діяльність і співробітництво.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Грицик В. Екологія довкілля. Охорона природи : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / В. Грицик, Ю. Канарський, Я. Бедрій. – К. : Кондор, 2009. – 292 с.
2. Боровський А.Л. Екологічний менеджмент : підручник / А.Л. Боровський. – Суми : Університет. книга, 2009. – 586 с.
3. Джигерей В.С. Екологія та охорона навколишнього природного середовища : навч. посіб. / В.С. Джигерей. – К. : Знання, 2007. – 422 с.
4. Димань Т.М. Екотрофологія. Основи екологічно безпечного харчування : навч. посіб. / Т.М. Димань, М.М. Барановський, Г.О. Білявський ; за наук. ред. Т.М. Димань. – К. : Лібра, 2006. – 304 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/ модульний контроль (тестування, усне та письмове опитування, перевірка ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Безпека життєдіяльності.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** I.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Болілий О.С., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування умінь для ідентифікації небезпеки, визначення рівня індивідуального та колективного ризику, запобігання небезпечним ситуаціям, їх попередження, зменшення ураження для людини, зменшення інших негативних наслідків надзвичайних ситуацій, надання першої допомоги, формування здорового способу життя.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи екології» рівня середньої школи.

**3.10. Зміст.** Теоретичні основи безпеки життєдіяльності. Людина у структурі системи «Людина – навколишнє середовище». Середовище у структурі системи «Людина – навколишнє середовище». Забезпечення захисту. Правове забезпечення безпеки життєдіяльності. Глобальна безпека.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Желібо Є.П. Безпека життєдіяльності : підручник / Є.П. Желібо, В.В. Зацарний. – К. : Каравела, 2008.
2. Лапін В.М. Безпека життєдіяльності людини : навч. посіб. / В.М. Лапін. – 6-те вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2007.
3. Геврик Є.О. Безпека життєдіяльності : навч. посіб. / Є.О. Геврик. – К. : Ельга-Н, КНТ, 2007.
4. Ярошевська В.М. Безпека життєдіяльності / В.М. Ярошевська. – К. : Професіонал, 2004.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні заняття.

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тести, опитування);
- підсумковий контроль (диф. залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Професійна етика.
- 3.2. Шифр.** НПП.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2014–2015.
- 3.5. Семестр.** I.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.
- 3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Голік О.В., канд. наук соц. ком., доц.
- 3.8. Результати навчання.** Формування розуміння етичних проблем, які можуть виникнути під час професійної діяльності, та сприяння опануванню основних навичок їх вирішення.
- 3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Етика» рівня середньої школи.
- 3.10. Зміст.** Етика як філософська наука. Види етичних теорій. Види етичних норм: загальні, групові, особистісні. Співвідношення матеріальних і духовних чинників. Етика – підґрунтя сучасного бізнесу. Завдання професійної етики. Моральні цінності в сучасній рекламній та ПР-діяльності. Моральні норми та принципи фахівців з реклами та ПР. «Об'єктивні» та «суб'єктивні» категорії моральної свідомості. Моральні та етичні проблеми рекламної та ПР-діяльності. Культура спілкування й етикет. Корпоративна етика. Бізнес-етика організації, фірми. Етичні норми у взаємовідносинах із діловими партнерами. Стель і манери фахівців ЗМІ. Етичні норми ділового спілкування. Культура поведінки поза службою.
- 3.11. Рекомендовані джерела.**
1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избр. произведения / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1991.
  2. Петрунин Ю. Этика бизнеса : учеб. пособие / Ю. Петрунин. – М. : «Дело» Лтд, 2000.
  3. Статінова Н.П. Етика бізнесу : навч. посіб. / Н.П. Статінова, С.Г. Радченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002.
  4. Этика в современном бизнесе // Business Week. – 1996. – № 7. – С. 6–8.
- 3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні заняття.
- 3.13. Методи оцінювання:**
- поточний контроль (тести, опитування);
  - підсумковий контроль (залік).
- 3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Правознавство.
- 3.2. Шифр.** ВСГ.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** I.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Сухацький Р.П., канд. іст. наук, асист.

**3.8. Результати навчання.** Формулювання правової культури, що включає усвідомлення закону як найвищого регулювання відносин між громадянами і державою.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Право» рівня повної загальної середньої освіти.

**3.10. Зміст.** Основи теорії держави. Загальне поняття права. Норми права. Джерела права. Система права. Реалізації права. Поняття законності і правопорядку. Правопорушення та юридична відповідальність. Поняття цивільного права. Суб'єкти цивільного права. Цивільно-правові угоди (правочини). Представництво в цивільному праві. Зобов'язальне право. Шлюбно-сімейне законодавство. Поняття та виникнення трудових правовідносин. Припинення трудових правовідносин. Правове регулювання робочого часу і часу відпочинку. Трудова дисципліна, дисциплінарна та матеріальна відповідальність. Правове регулювання трудових спорів. Адміністративний примус та адміністративна відповідальність. Загальне поняття кримінального права та кримінальної відповідальності.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Правознавство : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.В. Андрійчук, Б.А. Басс, О.О. Михайлов, Ж.Ю. Половнікова. – К. : Слово, 2003.
2. Поникаров В.Д. Правоведение : учеб. пособие для самоств. изучения дисциплины / Харьк. гос. экон. ун-т / В.Д. Поникаров, И.В. Ялдин. – Х. : ИНЖЭК, 2003.
3. Основи правознавства України : навч. посіб. / за ред. Ю.І. Крегула, В.І. Орленко, В.І. Батрименко та ін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій. Лекції (оглядова/тематична/проблемна/лекція-консультація/лекція конференція). Практичні заняття (тренінг/ презентація/дискусія/ комунікативний метод/імітація).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (опитування, письмові роботи, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Зарубіжна література.
- 3.2. Шифр.** ВСГ.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2014–2015.
- 3.5. Семестр.** I.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.
- 3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Шашенко С.Ю., канд. пед. наук, доц.
- 3.8. Результати навчання.** Засвоєння основних історичних особливостей розвитку світового літературного процесу, знання національних особливостей літератур різних народів, вміння розрізняти й аналізувати спільні та відмітні риси у традиціях, духовних цінностях та літературних уподобаннях різних літературно-мистецьких епох.
- 3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Зарубіжна література» рівня середньої школи.
- 3.10. Зміст.** Антична література. Література епохи Середньовіччя і Відродження. Західноєвропейська література XVII–XVIII ст. Літературні напрями і течії. Література XIX–XX ст. Романтизм, реалізм, модернізм, авантюризм (представники).
- 3.11. Рекомендовані джерела.**
1. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури XVIII ст. / Г.Й. Давиденко, М.О. Величко. – К. : Центр навч. л-ри, 2007.
  2. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури XIX – початку XX ст. / Г.Й. Давиденко, М.О. Величко. – К. : Центр навч. л-ри, 2007.
  3. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури XX ст. / Г.Й. Давиденко, Г.М. Стрильчук. – К. : Центр навч. л-ри, 2007.
- 3.12. Методи навчання.** Лекції, бесіда, навчальна дискусія, проблемний виклад, дослідницький метод.
- 3.13. Методи оцінювання:**
- поточний контроль (опитування, тестування, контрольні роботи);
  - підсумковий контроль (іспит).
- 3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Інформаційні системи і технології.
- 3.2. Шифр.** ВФП.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2014–2015.
- 3.5. Семестри.** I, II.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 9.
- 3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Пурський О.І., д-р фіз.-мат. наук, проф.

**3.8. Результати навчання.** Здобуття знань з основ створення та функціонування інформаційних систем і технологій, їх використання для управління економікою, вивчення теорії економічної інформації, структури та етапів побудови інформаційних систем в економіці, ознайомлення з сучасними інформаційними технологіями та їх використанням в інформаційних системах.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Інформатика».

**3.10. Зміст.** Роль інформаційних технологій і систем в економіці. Управлінська інформація та засоби її формалізованого опису. Інформаційні технології та технологічні процеси оброблення економічної інформації. Організація інформаційних баз та сховищ даних інформаційних систем економіки. Поняття автоматизованого робочого місця (АРМ). Концептуально-технологічні та організаційно-методичні основи створення інформаційних технологій і систем економіки. Еволюція інформаційних технологій і систем економіки. Комерційні програмні системи автоматизації управління підприємством, організацією. Інформаційні системи фінансового аналізу. Інформаційні системи для автоматизації бухгалтерських робіт. Інформаційні системи електронної комерції.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Береза А.М. Основи створення інформаційних систем : навч. посіб. / А.М. Береза. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : КНЕУ, 2001.
2. Галузинський Г.П. Перспективні технологічні засоби оброблення інформації : посіб. для самост. вивч. дисциплін / Г.П. Галузинський, І.В. Гордієнко. – К. : КНЕУ, 2002.
3. Гужва В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посіб. / В.М. Гужва. – К. : КНЕУ, 2001.
4. Інформаційні системи і технології в економіці : посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. В.С. Пономаренка. – К. : Академія, 2002.
5. Основи інформаційних систем : навч. посіб. / В.Ф. Ситник, Т.А. Писаревська, Н.В. Єршоміна, О.С. Краєва ; за ред. В.Ф. Ситника. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : КНЕУ, 2001.
6. Ситник В.Ф. Основи створення інформаційних систем : навч. посіб. / В.Ф. Ситник. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : КНЕУ, 2001.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції, лабораторні заняття в малих групах.

**3.13. Методи оцінювання:**

- вхідний контроль (тестування);
- поточний контроль (опитування, тестування);

- модульний контроль (тестування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська, російська.

**3.1. Назва.** Економічна теорія.

**3.2. Шифр.** ВФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** I.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4,5.

**3.7. ПІБ лекторів, науковий ступінь, посада.** Хрустальова В.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування економічної культури мислення та пізнання економічних відносин суспільства.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економіка» рівня середньої школи.

**3.10. Зміст.** Предмет і метод економічної теорії. Економічні категорії і закони. Механізм використання економічних законів. Виробництво матеріальних благ і послуг. Внутрішня структура виробництва. Економічні потреби та інтереси. Соціально-економічний устрій суспільства. Економічна система і закони її розвитку. Товарна форма організації суспільного виробництва. Тенденції розвитку товарного виробництва. Товар і гроші. Капітал як економічна категорія. Оборот капіталу. Показники обороту капіталу. Капітал сфери обігу. Ринок, його сутність і функції. Моделі ринку. Конкуренція і ціноутворення. Підприємництво в ринковій економіці. Витрати виробництва і прибуток. Доходи, їхні джерела і розподіл. Суспільне відтворення. Заробітна плата: суть, функції та різні види систем. Аграрні відносини та їх особливості. Суспільний продукт, його основні форми. Суть і функції фінансової системи. Економічний розвиток. Зайнятість та відтворення робочої сили. Сутність і структура світового господарства. Форми міжнародних економічних відносин. Економічні аспекти глобальних проблем, їх вплив на економічний розвиток України.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Економічна теорія: Політекономія : підручник / В.Д. Базилевич, В.М. Попов, К.С. Базилевич, Н.І. Гражевська. – 7-ме вид. – К. : Знання-Прес, 2008.
2. Мочерний С.В. Політична економія : навч. посіб. / С.В. Мочерний, Я.С. Мочерна. – 2-ге вид. – К. : Знання, 2007. – 684 с.
3. Політична економія : навч. посіб. / К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Беляєв та ін. – К. : КНЕУ, 2006.



**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний / модульний контроль (опитування, тестування, творчі завдання, задачі);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1 Назва.** Історія української культури.

**3.2. Шифр.** НСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** II.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Литвин Н.М., канд. іст. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування системи знань про закономірності національного історико-культурного процесу, про основні досягнення вітчизняної культури, засвоєння загальнолюдських та національних культурних цінностей, збагачення духовного світу, формування моральних і естетичних потреб та здатності зберігати й охороняти культурні здобутки України.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія України».

**3.10. Зміст.** Історія української культури як навчальна дисципліна. Витоки української культури. Культура Київської Русі. Культурні процеси за литовсько-польської і польсько-козацької доби. Українська культура доби козацько-гетьманської держави. Українське бароко. Культура в період пробудження української національної свідомості. Українська культура й духовне життя на початку ХХ ст. Провідні тенденції розвитку сучасної української культури. Модерн і постмодерн.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Кравич Д. Українське мистецтво / Д. Кравич, В. Овсійчук, С. Черепанова. – Л. : Світ, 2004. – Т.2. – 267 с.

2. Клапчук С.М. Історія української та зарубіжної культури : навч. посіб. / С.М. Клапчук, В.Ф. Остафійчук, Ю.А. Горбань. – 5-те вид., переробл. і доповн. – К. : Знання-Прес, 2004. – 358 с.

3. Наливайко Д. Українське бароко / Д. Наливайко, Д. Горбачов. – Х. : Акта, 2004. – Т. 1. – 636 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські заняття.

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний контроль (усне опитування, тестування);

- модульний контроль (тестування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Соціологія масової комунікації.

**3.2. Шифр.** НФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** II.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ванюшина О.Ф., канд. філос. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Вивчення реклами як особливого соціального інституту комунікації та механізму конституювання соціальної реальності; основних засад виготовлення та споживання реклами з точки зору теорії комунікації, механізмів формування та трансляції систем цінностей та соціально схвалених способів життєдіяльності, загальнокультурні та етнокультурні передумови становлення реклами, соціологічні методи дослідження реклами.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія української культури».

**3.10. Зміст.** Основні поняття і визначення рекламної діяльності та соціології реклами. Реклама як соціальний інститут і форма комунікації. Вплив реклами на суспільство. Підтримка споживацьких цінностей. Створення та підсилення соціальних взірців, створення ідентичностей та референтних груп. Дискурс реклами. Соціальний дискурс реклами як основа рекламного впливу. Позиціонування об'єкта, що рекламується як його ідентифікація в системі соціальних очікувань. Особливості українського соціуму як реципієнта рекламного впливу.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности / Л.Н. Федотова. – М. : Гардарики, 2002.
2. Медведева Е. Основы рекламоведения / Е. Медведева. – М. : РИП-холдинг, 2003. – С. 9–24.
3. Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст. Задачник копирайтора / М.М. Блинкина-Мельник. – М. : ОГИ, 2003.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські, практичні заняття.

**3.13. Методи оцінювання.**

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка рефератів);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Масова комунікація.
- 3.2. Шифр.** НПП.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2014–2015.
- 3.5. Семестр.** II.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 6.
- 3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Вернигора С.М., канд. іст. наук, старш. викл.
- 3.8. Результати навчання.** Формування у студентів системи знань про природу соціальних комунікацій, соціальної інформації, соціально-комунікаційних технологій та історії їх становлення.
- 3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Філософія», «Соціологія масових комунікацій», «Масова комунікація».
- 3.10. Зміст.** Історичні аспекти розвитку соціальних комунікацій. Історичні етапи розвитку комунікацій у системі соціальних комунікацій. Виникнення каналів розповсюдження соціальної інформації в комунікаціях. Теорія та закономірності розвитку комунікаційної системи суспільства. Теорія, історія та методологія наукових дисциплін соціально-комунікаційного циклу. Структура соціально-комунікаційного знання. Інформаційна технологізація суспільства. Інформаційно-когнітивна динаміка суспільства в умовах основного різновиду соціального спілкування. Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні.
- 3.11. Рекомендовані джерела.**
1. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы действия / В.М. Березин. – М. : Рип-Холдинг, 2003. – 174 с.
  2. Партико З.В. Теорія масової інформації : навч. посіб. / З.В. Партико. – Л. : Парс, 2007. – 122 с.
  3. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2003. – 652 с.
- 3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські заняття з використанням інформаційних технологій.
- 3.13. Методи оцінювання:**
- поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування);
  - модульний контроль (комп'ютерне тестування, контрольна робота);
  - підсумковий контроль (іспит).
- 3.14. Мова навчання.** Українська.
- 3.1. Назва.** Основи наукових досліджень.
- 3.2. Шифр.** НФП.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** II.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Мельникович О.М., д-р екон. наук, проф.

**3.8. Результати навчання.** Формування умінь застосування закономірностей, методів та форм наукового пізнання на практиці, під час аналізу явищ і процесів, пов'язаних з управлінською, юридичною та економічною діяльністю.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Філософія».

**3.10. Зміст.** Методологія наукового дослідження як філософська дисципліна. Проблеми наукового пізнання в історії філософії. Діалектика як теорія та методологія наукового дослідження.

Методологічні основи наукового дослідження. Гносеологічні засади наукового дослідження. Проблеми істини в науковому дослідженні. Методологічні основи наукового дослідження. Специфіка наукового пізнання. Основні етапи та форми у процесі наукового дослідження. Рівні та методи наукового дослідження. Аргументація та доказ у науковому дослідженні. Структура і динаміка наукового дослідження.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Майданов А.С. Грани научного творчества / А.С. Майданов. – М. : Гардарики, 1999.

2. Купцов В.И. Философия и методология науки : учеб. для вузов / под ред. В.И. Купцова. – М. : Высш. шк., 1996.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (дискусія/кейс-стаді, проведення дослідження).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка звітів, контрольних робіт);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Українська література і фольклор.

**3.2. Шифр.** ВСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** II.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Шашенко С.Ю., канд. пед. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Усвідомлення студентами системи літературного процесу і розкриття особливостей її функціонування, ознайомлення із історією становлення та розвитку системи жанрів української усної народної творчості, змістовими й художніми особливостями фольклорних творів українців, вироблення в них умінь і навичок аналізувати фольклорний твір у єдності його змісту й форми, а також розширювати поінформованість щодо історії української фольклористики як науки, її інструментарію та найголовніших набутків.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Українська література».

**3.10. Зміст.** Поглиблене вивчення тисячолітнього поступу української літератури, яка складається з таких розділів: усна народна творчість; література Київської Русі; давня література; література кінця XVIII–початку XV століття; література XX століття. Засвоєння відомостей з теорії літератури, удосконалення культури усного і писемного мовлення. Фольклор як джерело національної культури. Фольклор в українській літературі. Становлення та розвиток системи жанрів української усної народної творчості. Змістовні й художні особливості фольклорних творів українців.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Українське народознавство : навч. посіб. ; за ред. С.П. Павлюка / М.С. Глушко, Т.О. Гонтар, Г.Й. Горинь, О.І. Гринів. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2004.
2. Еремина В.И. Ритуал и фольклор / В.И. Еремина ; отв. ред. А.А. Горелов ; Ин-т рус. л-ры (Пушкинский дом). – Л. : Наука, 1991.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції, практичні заняття, творчі експедиції, відвідування відповідних музеїв м. Києва.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (усне опитування, перевірка вправ/контрольних робіт);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Психологія.

**3.2. Шифр.** ВСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** II.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Старик В.А., канд. пед. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Знати психологічну характеристику психічних пізнавальних процесів, властивостей, станів та утворень; основні закономірності функціонування психічних пізнавальних процесів; закономірності формування і розвитку особистості; фактори формування особистості; концепції особистості; психологічні концепції теорії діяльності та її основні компоненти. Уміти застосовувати категоріальний апарат психології в системі професійного навчання і практичної діяльності; враховувати основні психічні, соціально-психологічні та психофізіологічні прояви особистості; сприймати науково обґрунтовану психологічну інтерпретацію структурних елементів психіки особистості; усвідомлювати свою психічну сферу; аналізувати різноманітні види діяльності; пізнавати рівень розвитку психічних пізнавальних процесів в особистості.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Біологія».

**3.10. Зміст.** Методи психологічних досліджень. Індивід. Особистість, її структура. Психіка, її функції. Нервова система, мозок, психіка та поведінка людини. Когнітивна підструктура людини. Пізнавальні процеси, їх індивідуальні особливості, методи діагностики рівня розвитку, методи підвищення ефективності. Сенсорно-перцептивний рівень пізнання. Інтелект, творчі здібності та креативність. Емоції, почуття, стани; механізми їх виникнення, форми переживання, вираження. Засоби регуляції емоційних станів. Особистість: сутність, структура. Психологічні теорії особистості. Я-концепція як психологічний феномен. Спрямованість особистості. Темперамент. Характер. Здібності. Діяльність та її структура. Особистість як суб'єкт діяльності. Мета й мотиви діяльності. Міжособистісні стосунки у групі.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Корольчук М.С. Психологія: схеми, опорні конспекти, методики / М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, В.А. Марченко. – К. : Ніка-Центр, 2005.
2. Дружинин В.Н. Психология : учеб. для гуманит. вузов / В.Н. Дружинин; под общ. ред. В.Н. Дружинина. – СПб. : Питер, 2004.
3. Статінова Н.П. Основи психології та педагогіки : навч. посіб. / Н.П. Статінова, Г.П. Сень. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003.

**3.12. Методи навчання.** Лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій, кейс-стаді).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування усне/ письмове опитування, перевірка підготовленого есе/ огляду/ звіту / конспекту/ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Національна економіка.

**3.2. Шифр.** ВСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2014–2015.

**3.5. Семестр.** II.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Бойко А.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Розкрити загальне та особливе в національній економічній системі, специфіку економічного розвитку країни на сучасному етапі.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економічна теорія».

**3.10. Зміст.** Національна економіка: загальне та особливе. Система потенціалів національної економіки. Інституційні чинники розвитку національної економіки. Розвиток національної економіки. Роль держави в національній економіці. Прогнозування та програмування національної економіки. Соціальні засади національної економіки. Структура національної економіки. Міжгалузевий народно-господарський комплекс. Інфраструктура національного ринку. Україна у світовій економіці, економічна безпека держави.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Дідківська Л.І. Державне регулювання економіки : навч. посіб. / Л.І. Дідківська, Л.С. Головка. – К. : Знання, 2007.
2. Леоненко П.М. Сучасні економічні системи : навч. посіб. / П.М. Леоненко, О.І. Черепніна. – К. : Знання, 2006.
3. Національна економіка: тексти лекцій / О.П. Тищенко, А.Є. Никифоров, Т.Ф. Куценко та ін. ; за заг. ред. А.Г. Савченко. – К. : КНЕУ, 2007.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

### **3.13. Методи оцінювання:**

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

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Web-дизайн.
- 3.2. Шифр.** ВПП.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2014–2015.
- 3.5. Семестр.** II.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.
- 3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Цензура М.О., канд. техн. наук, доц.
- 3.8. Результати навчання.** Формування необхідного рівня теоретичних знань та набуття практичних навичок з питань проектування, розроблення та використання сучасних Web-додатків.
- 3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Інформаційні технології та системи».
- 3.10. Зміст.** Основні поняття та визначення Web-дизайну та розроблення Web-програм, архітектурні шаблони Web-додатків та шаблони їх проектування, огляд технологій, що використовуються для реалізації клієнтської та серверної частин Web-додатків, переваги та недоліки окремих архітектур, основи мови програмування HTML, мови розмітки XML, мови JavaScript для написання сценаріїв, що виконуються на боці клієнта і сервера, мови серверних сценаріїв PHP, основи інформаційної безпеки Web-додатків, ознайомлення з сучасними інструментальними засобами створення Web-додатків, характеристика Web-серверів.
- 3.11. Рекомендовані джерела.**
1. Спека М.В. Создание Web-сайтов : самоучитель / М.В. Спека. – Диалектика, 2006. – 288 с.
  2. Мальчук Е.В. HTML и CSS : самоучитель / Е.В. Мальчук. – СПб. : Вильямс, 2005. – 416 с.
  3. Полонская Е.С. Язык HTML : самоучитель / Е.С. Полонская. – М. : Диалектика, 2003. – 320 с.
- 3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні роботи, дистанційні технології.
- 3.13. Методи оцінювання:**
- поточний контроль (опитування, комп'ютерне тестування);
  - підсумковий контроль (залік).
- 3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Фізичне виховання.
- 3.2. Шифр.** НСГ.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2014–2015, 2015–2016, 2016–2017.
- 3.5. Семестр.** I–V.



**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** Позакредитна дисципліна, винесена на секційне заняття.

**3.7. ПБ лекторів, науковий ступінь, посада.** Довгань Н.Ю., канд. пед. наук, доц. ; Ломаєв В.П., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування необхідного обсягу знань, умінь та навичок використання засобів фізичної культури і спорту для підтримання та зміцнення здоров'я на сьогодні й у майбутній трудовій діяльності.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** Базові знання з фізичної культури рівня повної загальної середньої освіти.

**3.10. 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 в 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.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

Фізичне виховання у КНТЕУ : зб. метод. матеріалів. – К. : КНТЕУ, 2000.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/лекція-консультація); семінарські/практичні заняття (тренінг/тренажерні завдання/робота у групах).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, вправи);

– підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

## II курс

**3.1. Назва.** Філософія.

**3.2. Шифр.** НСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ліпін М.В., канд. філос. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування філософської культури мислення та пізнання навколишнього світу та самого себе, навичок застосування філософської методології.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Психологія».

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

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Андриевский А.А. Всемирная философия. XX век / А.А. Андриевский. – Минск : Харвест, 2004.
2. Синяков С.В. Философия экономики : учеб. пособие для высш. учеб. заведений / отв. ред. С.В. Синяков. – К. : Альтерпрес, 2002.
3. Потоцкая Ю.И. Хрестоматия по учебной дисциплине «Философия» для студ. всех спец. всех форм обучения / Ю.И. Потоцкая, И.В. Тарасенко, В.А. Черненко. – Х. : ХНЭУ, 2005. – 256 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (опитування, колоквиуми, тестування);
- модульний контроль (комп'ютерне тестування);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Історія реклами та зв'язків з громадськістю.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ромат Е.В., д-р наук держ. упр.; Андрєєва Л.І., асист., Чикусова М.Ю., асист.

**3.8. Результати навчання.** Формування системи теоретичних знань з історії реклами та зв'язків з громадськістю. Аналіз логіки історичного розвитку реклами та системи зв'язків з громадськістю та вивчення основних чинників цього розвитку.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія сучасного світу», «Маркетинг».

**3.10. Зміст.** Періодизація історії реклами та зв'язків з громадськістю. Світова реклама та зв'язки з громадськістю у Стародавньому світі, Середньовіччі, Новому часі. Історія вітчизняної реклами та зв'язків з громадськістю до 1917 р., за радянських часів. Реклама та зв'язки з громадськістю незалежної України. Основні тенденції розвитку світової та української реклами та зв'язків з громадськістю.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Ромат Є.В. Основи реклами : навч. посіб. / Є.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2006. – 288 с.
2. Аржанов Н.П. История отечественной рекламы : Галерея рекламной классики / Н.П. Аржанов, Т.А. Пирогова ; под ред. Е.В. Ромата. – Х. : Студцентр, 2004.
3. Ученова В.В. История рекламы : учеб. для вузов / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 303 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій, творчі експедиції.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тести, опитування);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Українська мова (за професійним спрямуванням).

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III–V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 6.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Федорова Л.М., викл.

**3.8. Результати навчання.** Підвищення загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності студентів, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового стилів, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Українська мова».

**3.10. Зміст.** Державна мова – мова професійного спілкування. 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. Документація з кадрово-контрактних питань. Довідково-інформаційні та організаційно-розпорядчі документи. Етикет службового листуван-

ня. Українська термінологія у професійному спілкуванні. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні. Проблеми перекладу і редагування текстів.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Мацюк З. Українська мова професійного спрямування : навч. посіб. / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008.
2. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : навч. посіб. / С.В. Шевчук. – К. : Арій, 2009.
3. Шевчук С.В. Практикум з українського ділового мовлення : навч. посіб. / С.В. Шевчук, О.О. Кабиш. – К. : Арій, 2009.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, бесіда, навчальна дискусія, проблемний виклад, дослідницький метод.

### **3.13. Методи оцінювання:**

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

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Право в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Костецька Т.А., канд. юрид. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Ознайомлення з місцем і роллю інформаційного законодавства як самостійної комплексної галузі в національній правовій системі України, у регулюванні інформаційних відносин у медіа, рекламній та PR-діяльності, забезпеченні конституційного права на інформацію.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Правознавство».

**3.10. Зміст.** Передумови формування та місце інформаційного законодавства в національній правовій системі України: галузь права чи галузь законодавства. Методологічні проблеми систематизації та кодифікації інформаційного законодавства України як перспективні напрями розвитку національного інформаційного законодавства. Інформація як об'єкт права: питання законодавчого закріплення окремих видів інформації (офіційно документованої, масової, інформації про особу та ін.). Система інформаційних прав та свобод людини та громадянина в Україні: проблеми забезпечення доступу до інформації (гарантії, правова охорона). Правовий статус конфіденційної інформації. Комерційна

таємниця. Банківська таємниця. Професійна та службова таємниця в медіа, рекламній та PR-діяльності.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Бачило И.Л. Информационное право: Основы практической информатики : учеб. пособие / И.Л. Бачило ; Ин-т государства и права РАН. – М. : Юринформцентр, 2001.
2. Костецька Т.А. Право на інформацію в Україні / Т.А. Костецька. – К. : НАН України ; Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького ; Вища шк. права, 1998.
3. Актуальні проблеми систематизації інформаційного законодавства України // Правова держава : щорічні наукові праці, 2003.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, бесіда, навчальна дискусія, проблемний виклад, дослідницький метод.

### **3.13. Методи оцінювання:**

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

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Основи менеджменту.

**3.2. Шифр.** ВФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.4. Семестр.** III.

**3.5. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.6. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Мошек Г.Є., канд. екон. наук, проф.; Сичова Н.В., канд. екон. наук, доц.

**3.7. Результати навчання.** Задоволення освітніх інтересів особистості й розвиток таких компетенцій: формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями.

**3.8. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Правознавство».

**3.9. Зміст.** Цілі та завдання менеджменту. Управлінські відносини як предмет менеджменту. Менеджмент як мистецтво управління. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Класифікація принципів менеджменту. Історія розвитку менеджменту. Розвиток управлінської науки в Україні. Організації як об'єкти управління. Загальні риси організації. Організація як відкрита динаміка системи. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації. Культура організації. Типи організацій в Україні. Функції та технологія менеджменту. Класифікація функцій менеджменту. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних

і взаємодіючих функцій. Управлінські цикли. Планування як функція менеджменту. Організаційна діяльність як загальна функція менеджменту. Типи організаційних структур управління та їх формування. Мотивування як функція менеджменту. Контролювання як загальна функція менеджменту. Управлінські рішення та технологія їх прийняття. Інформація і комунікація в менеджменті. Керівництво та лідерство. Відповідальність та етика у менеджменті. Організаційні зміни та ефективність менеджменту.

### **3.10. Рекомендовані джерела.**

1. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошек. – К. : Атіка, 2007. – 584 с.
2. Мошек Г.Є. Менеджмент : навч. посіб. / Г.Є. Мошек, Ю.В. Поканевич. – К. : Кондор, 2009. – 387 с.
3. Яцура В. Основи менеджменту / В. Яцура. – Л. : БАК, 2002. – 403 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, моделювання ситуацій).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тестування, усне та письмове опитування, перевірка дайджестів, рефератів, конспектів, презентацій);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Журналістика.

**3.2. Шифр.** ВФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Федоришина І.Л., канд. псих. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування на теоретичному і практичному рівнях навичок, умінь та технологічних прийомів професійної комунікації, що застосовуються в новинній журналістиці (періодичних друкованих виданнях, радіо та телебаченні, інформаційних агентствах, інтернет-виданнях).

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Масова комунікація», «Психологія».

**3.10. Зміст.** Журналістика як наука, її місце у структурі суспільства і суспільної свідомості, функції та засади, природа журналістської творчості, метод журналістики та її загальні жанрологічні проблеми, шляхи аналізу окремих явищ та журналістського процесу. Журналістика як соціальний інститут. Функції журналістики як соціального інституту. Завдання журналістики як соціального інституту. Проблеми і суперечності журналістики як соціального інституту. Журналістика як бізнес. Суспільна (громадська) журналістика. Новинна журналістика, аналітика, публіцистика.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Москаленко А.З. Теорія журналістики : підручник / А.З. Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 1998. – 334 с.
2. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник / В.В. Різун. – К. : Просвіта, 2008. – 260 с.
3. Фихтелиус Э. Десять заповідей журналіста / Э. Фихтелиус ; пер. со швед. В. Менжун. – Kalmar : Fojo, 2003. – 155 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/метод кейс-стаді).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тести, опитування);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Маркетинг.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 6.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Даниленко Н.А., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування наукового світогляду та спеціальних знань з теорії, методології маркетингу, вміння прийняття рішень на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективності діяльності підприємства. Засвоєння студентами методичного інструментарію маркетингу, оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній, методичній літературі точок зору щодо маркетингу, діючого механізму реалізації маркетингу на підприємствах України та розроблення обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення; забезпечити вироблення вмінь та навичок впровадження і

використання маркетингу в практиці діяльності підприємств; навчити конкретним прийомам поведінки та активної маркетингової діяльності в умовах динамічного маркетингового середовища; забезпечити зацікавленість студентів в активній навчальній та науково-дослідній роботі.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економічна теорія».

**3.10. Зміст.** Маркетинг: концепції та середовище функціонування. Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Цілі, завдання та види маркетингу. Маркетингові дослідження: види, методи, завдання та ефективність. Моделювання поведінки покупців. Сутність та ознаки сегментації ринку. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика розподілу. Маркетингова комунікаційна політика. Управління маркетинговою діяльністю.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : Знання-Прес, 2004. – 645 с.
2. Бондаренко И.В. Современный маркетинг в схемах, рисунках, таблицах, терминологических пояснениях : учеб. пособие / И.В. Бондаренко, В.И. Дубницкий. – Донецк : Юго-Восток, Лтд, 2002. – 354 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. – 5-те вид., доповн. – К. : Лібра, 2007. – 720 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-консультації); практичні (тренінг, презентація, дискусія, комунікативний метод, метод кейс-стаді, робота в малих групах, інше).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка підготовленого огляду, звіту, презентації, задачі, ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Психологія кар'єри.

**3.2. Шифр.** ВС.

**3.3. Тип.** За вибором.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1,5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Лагутіна Т.М., канд. пед. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування знань про психологічну характеристику потребнісно-мотиваційної сфери у професійному зростанні, психологічні особливості взаємодії та професійно важливі якості особистості.



**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Психологія».

**3.10. Зміст.** Поняття кар'єри, професійного зростання особистості. Психологічні кризи під час професійної діяльності. Професіографія як метод аналізу умов та особливостей професії. Соціалізація особистості у системі професійного зростання. Психологічні особливості самовисування, самопросування. Професійно важливі якості особистості.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Осьодло В.І. Психодіагностика : курс лекцій / В.І. Осьодло ; за заг. ред. М.С. Корольчука. – К. : КиМУ, 2003. – 414 с.
2. Сотникова С.И. Управление карьерой : учеб. пособие / С.И. Сотникова. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 408 с.
3. Гараненко В. Управление персоналом. Корпоративный мониторинг, психодіагностика: тесты для отбора персонала / В. Гараненко. – М. : Ника-Центр, 2006. – 240 с.
4. Карпов А.В. Психология менеджмента : учеб. пособие / А.В. Карпов. – М. : Гардарики, 2000. – 584 с.

**3.12. Методи навчання.**

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, усне/письмове опитування; перевірка підготовленого реферату, презентації);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Історія консумеризму.

**3.2. Шифр.** ВС.

**3.3. Тип.** За вибором.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** III.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Литвин Н.М., канд. іст. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування цілісного уявлення про політичні, соціальні, економічні та морально-психологічні передумови виникнення консумеризму, основні етапи розвитку консумеризму, його характерні особливості, цілі, завдання тощо.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Правознавство», «Історія України».

**3.10. Зміст.** Історичні передумови виникнення консумеризму (рух на захист прав споживачів): етапи, законодавча база, досвід міжнародного консумеризму на прикладі різних консумерських організацій, захист прав споживачів у країнах СНД та в Україні, консумерські організації в Україні.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Язвінська О.М. Історія консюмеризму / О.М. Язвінська. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2000. – 252 с.
2. Язвінська О.М. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект : навч. посіб. / О.М. Язвінська. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 312 с.
3. З історії консюмеризму (споживчого) руху в Україні / О.М. Язвінська // Питання історії України : зб. наук. пр. – Чернівці, 1997.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінари, обговорення дискусійних питань, міні-проект, тести.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (опитування, індивідуальні творчі завдання, письмова контрольна робота);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Практична стилістика.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** IV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Шашенко С.Ю., канд. пед. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Знання змісту й основних категорій стилістики, правильне застосування особливостей кожного стилю української мови, вміння аналізувати лист (його зміст, структуру, призначення), створення власних висловлювань відповідно до сучасних стильових норм.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Українська література та фольклор».

**3.10. Зміст.** Стилiстика як лiнгвiстичне вчення, фонетична стилiстика та її одиниці. Стилiстичне використання лексичних, морфологiчних засобiв мови. Синтаксичні засоби стилiстики.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Гнідан О.Д. Історія української літератури ХІХ століття (70–90-ті роки) : підруч. для вузів : у 2 кн. / за ред. О.Д. Гнідан. – К. : Вища шк., 2003.

2. Хропка П.П. Історія української літератури кінця ХІХ – початку ХХ ст. / за ред. П.П. Хропка. – К. : Вища шк., 1991.
3. Яценко М.І. Історія української літератури ХІХ століття : навч. посіб. : у 3 т. / за ред. М.І. Яценка. – К. : Либідь, 1995.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, бесіда, навчальна дискусія, проблемний виклад, дослідницький метод.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тести, опитування);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Політологія.

**3.2. Шифр.** ВСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** ІV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Латигіна Н.А., д-р політ. наук, проф.

**3.8. Результати навчання.** Формування розуміння сутності та перспектив політичних подій, явищ, політичної свідомості та політичної культури.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія України», «Правознавство».

**3.10. Зміст.** Політологія як наука про політику. Основні віхи світової та вітчизняної політичної думки. Політична влада як інструмент політики. Ресурси і влада. Сутність, специфічні ознаки та особливості політичної влади. Політична еліта і політичне лідерство. Політична система суспільства. Політичний режим як якісна характеристика політичної системи суспільства. Держава як інститут політичної системи суспільства. Політичні партії, громадсько-політичні організації і рухи. Політична культура та політичні ідеології. Політичні процеси. Політичні конфлікти: сутність і шляхи їх розв'язання. Вибір і виробничий процес. Світовий політичний процес і міжнародна політика. Україна у системі міжнародних політичних відносин.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Кулагін Ю.І. Політологія : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. Ю.І. Кулагіна, В.І. Полуреза. – К. : Альтерпрес, 2002. – 612 с.
2. Кирилюк Ф.М. Політологія : навч.-метод. комплекс / Ф.М. Кирилюк, А.Е. Конверський. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 697 с.

3. Шемщученко Ю.С. Політологічний енциклопедичний словник / Ю.С. Шемщученко ; за ред. Ю.С. Шемщученко, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенька. – К. : Генеза, 2004. – 398 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські заняття з використанням інноваційних технологій.

**3.13. Методи оцінювання.**

– поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування, письмові контрольні роботи);

– модульний контроль (комп'ютерне тестування);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Економіка підприємства.

**3.2. Шифр.** ВСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** IV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Трубей О.М., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів сучасного економічного мислення і системи спеціальних знань про базові поняття щодо господарсько-фінансової діяльності підприємства, змісту окремих напрямів цієї діяльності та їх взаємозв'язку, системи показників, що її характеризують.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економічна теорія».

**3.10. Зміст.** Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці. Напрями діяльності підприємства. Планування діяльності підприємства. Продукція підприємства. Виробнича програма підприємства. Виробнича потужність підприємства. Ресурсний потенціал підприємства. Трудові ресурси підприємства. Майнові ресурси (активи) підприємства. Фінансові ресурси (капітал) підприємства. Поточні витрати підприємства та собівартість продукції. Доходи та цінова політика підприємства. Фінансові результати діяльності підприємства. Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки. Фінансово-майновий стан підприємства та методи його оцінювання. Конкурентоспроможність підприємства. Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Бланк И.А. Концептуальные основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. – К. : Ника-центр, Эльга, 2003.

2. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – вид. 2-ге, переробл. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2000.

3. Економіка підприємства : підручник / І.О. Чаюн, Г.М. Богославець, Л.Л. Стасюк та ін. ; за заг. ред. Н.М. Ушакової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні заняття, керування індивідуальною роботою студентів.

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний контроль (опитування, письмові контрольні роботи (у тому числі тестування), перевірка індивідуальних завдань);

– підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Інформаційні війни.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** IV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Кіслов Д.В., канд. політ. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо сутності та інструментарію інформаційних війн.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни:** «Основи реклами», «Психологія», «Основи зв'язків із громадськістю», «Масові комунікації».

**3.10. Зміст.** Інформаційний суверенітет та інформаційна безпека України. Інформаційні війни у сучасному світі. Інформаційні війни в політичних кампаніях. Інформаційна асиметрія та формування інформаційного простору. Інструменти впливу в інформаційному просторі. Методи боротьби в інформаційному просторі. Інструменти протидії в інформаційному просторі. Методи реструктуризації інформаційного простору. Спіндоктор. Засоби інформаційного впливу на людину. Образ ворога в інформаційній війні.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Панарин И.Н. Технология информационной войны / И.Н. Панарин. – М., 2003.

2. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М. ; К. : Рефл-бук ; Ваклер, 2000.

3. Цыганов В. Информационные войны в бизнесе и политике: теория и методология / В. Цыганов. – М. : Академ. проект, 2007.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ метод кейс-стаді).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка підготовленого есе/ презентації/ розрахунково-графічні роботи/ задачі /ситуаційні завдання);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Система маркетингових комунікацій.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** IV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Дубовик Т.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Набуття практичних навичок з таких питань, як: розроблення стратегії комунікаційної політики підприємства; організація та проведення персонального продажу товарів та послуг; вибір ефективних методів стимулювання продажу товарів та послуг; вибір ефективних носіїв реклами та розроблення медіа-планів; оцінювання існуючих рекламних звернень та написання їх; створення позитивної суспільної думки про підприємство (public relations); організація участі підприємства у виставці або ярмарку; оцінювання ефективності комунікаційної програми підприємства; вибір конкретного рекламного агентства, послугами якого можна скористатися.

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

**3.10. Зміст.** Комунікаційна політика в системі маркетингу. Процес розроблення 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.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Лук'янець В.С. Маркетингова політика комунікацій / В.С. Лук'янець. – К. : КНЕУ, 2000. – 378 с.
2. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. – СПб. : Питер, 2007. – 480 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/проблемна); практичні заняття (презентація, дискусія, модерація, моделювання ситуацій, метод кейс-стаді).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленого звіту/ презентації/ ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках із громадськістю.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2015–2016.

**3.5. Семестр.** IV.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Федоришина І.Л., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Набуття практичних навичок з таких питань, як: визначення маркетингової проблеми та розроблення цілей дослідження; створення робочого плану маркетингового дослідження; проведення польового етапу досліджень; організація та проведення маркетингових експериментів та спостережень; організація збору вторинної інформації з маркетингових проблем; розроблення документації для проведення маркетингового дослідження; організація та проведення різних методів опитування; організація та проведення якісних маркетингових досліджень; здійснення аналізу результатів маркетингових досліджень за допомогою прикладних програм; здійснення аналізу результатів досліджень для їх впровадження в маркетингову діяльність підприємства.

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

**3.10. Зміст.** Сутність та види маркетингових досліджень. Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень. Опитування в маркетинговому дослідженні. Кількісні маркетингові дослідження. Дослідження якісного характеру. Аналіз маркетингових даних та інтерпретація результатів маркетингових досліджень. Неперервні

маркетингові дослідження. Маркетингові дослідження товарів, ринків. Маркетингові дослідження ціни. Дослідження у сфері маркетингових комунікацій. Організація та планування маркетингових досліджень.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998.
2. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007.
3. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А. Черчилль. – СПб. : Питер, 2000.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/ проблемна); практичні заняття (презентація/ дискусія/модерація/моделювання ситуацій/«мозкова атака»/метод кейс-стаді).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленого звіту/презентації/ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

## **III курс**

**3.1. Назва.** Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 6.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Алданькова Г.В., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок у процесі безпосереднього розроблення і створення рекламних матеріалів засобами прикладних комп'ютерних програм CorelDraw, Adobe Photoshop.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Система маркетингових комунікацій», «Основи реклами», вільне володіння текстовим редактором MS Word.



**3.10. Зміст.** Генерування ідеї рекламного і ПР-звернення та шляхи її втілення за допомогою комп'ютерних технологій. Формування рекламної композиції та засоби її гармонізації. Шрифтові елементи рекламного та ПР-звернення. Сутність та роль комп'ютерної графіки як інструмента формування та візуалізації рекламної ідеї. Конструювання рекламних матеріалів за допомогою спеціалізованих програмних засобів.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерні технології в рекламі та зв'язках з громадськістю: практикум / Г.В. Алданькова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 82 с.
2. Волкова В.В. Дизайн рекламы : учеб. пособие / В.В. Волкова. – М. : Университет, 1999. – 144 с.
3. Глушаков С.В. Компьютерная графика / С.В. Глушаков. –3-е изд., доп. и перераб. / С.В. Глушаков. – Х. : Фолио, 2006. – 611 с.
4. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Яцюк, Э. Романычева. – СПб. : БХВ-Петербург, 2001.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/проблемна); лабораторні заняття (виконання індивідуальних творчих завдань у графічному редакторі CorelDraw, Adobe Photoshop, творча олімпіада).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка виконаних робіт);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Основи реклами.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Яцюк Д.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та опанування практичних навичок щодо розроблення та реалізації рекламної стратегії та тактики підприємства: дослідження напрямів розвитку та управління рекламною діяльністю, обґрунтування вибору засобів масової інформації та оцінювання ефективності їх використання.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія реклами та зв'язків з громадськістю», «Маркетинг».

**3.10. Зміст.** Сутність реклами. Основні тенденції розвитку світової та української реклами. Формування рекламного звернення. Друкована реклама. Телевізійна реклама. Транспортна реклама. Зовнішня реклама. Реклама на місці продажу. Інтернет-реклама.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Жилкина М.С. Психология рекламы и поведение потребителей. Индивидуально-типологический подход: монография / М.С. Жилкина. – М. : Спутник+, 2009. – 141 с.
2. Мякота В. Реклама и рекламная деятельность / В. Мякота. – Х. : Фактор, 2003. – 251 с.
3. Ромат Е.В. Реклама : учеб. для вузов / Е.В. Ромат. – СПб. : Питер, 2008.
4. Ромат Е.В. Основы рекламы / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2006. – 288 с.
5. Фарби Э.Д. Как создать успешную рекламу / Э.Д. Фарби; пер. с англ. – 3-е изд. – СПб. : Нева, 2004. – 256 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ дискусія/ метод кейс-стаді).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленого огляду / звіту / конспекту / творчого завдання/ ситуаційного завдання тощо).

- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Основи зв'язків з громадськістю.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Дубовик Т.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Опанування теоретичних основ та набуття практичних навичок щодо формування та здійснення підприємством програм встановлення зв'язків з громадськістю.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Історія реклами та зв'язків з громадськістю».

**3.10. Зміст.** Зв'язки з громадськістю в системі маркетингових комунікацій. Етичні професійні основи у сфері зв'язків з громадськістю. Процес розробки програми зв'язків з громадськістю. Організація зв'язків із засобами масової інформації. Організація зв'язків з різноманітними колами громадськості. Спонсорство. Антикризові зв'язки з громадськістю. Організація та контроль діяльності підприємства щодо встановлення зв'язків з громадськістю.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Катлип С. Паблік рилейшнз. Теория и практика : учеб. пособие : пер. с англ. / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. – 8-е изд. – М. : Вільямс, 2000. – 624 с.
2. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г.Г. Почепцов. – 2-ге вид., випр. і доповн. – К. : Знання, КОО, 2004. – 373 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична/ лекція-консультація); практичні заняття (доповіді, презентації).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації);
- підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Комунікативна логіка.

**3.2. Шифр.** ВФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1,5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Гусєва Н.Ю., канд. іст. наук, старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Засвоєння основних категорій, законів і форм логічного мислення, правил виконання логічних операцій, формування на цій основі навичок застосування логічних форм і операцій у процесі передачі та поширення інформації на масову аудиторію.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Професійна етика».

**3.10. Зміст.** Комунікативна логіка як галузь наукових знань. Основні закони логіки. Поняття та судження як форми мислення. Види умовиводів та правила подолання помилкових висновків. Основи аргументації. Діалог, суперечка, їх види і форми. Практика використання логічних форм у комунікативному процесі.

### 3.11. Рекомендовані джерела.

1. Гетманова А.Д. Логика : учеб. для студ. вузов / А.Д. Гетманова. – 5-е изд. – М. : Добросвет, Элит-2000, 2002. – 470 с.
2. Гладунський В.Н. Логіка для студентів економічних спеціальностей : навч. посіб. / В.Н. Гладунський. – Л. : Афіша, 2002. – 359 с.
3. Жеребкін В.Є. Логіка / В.Є. Жеребкін. – К. : Основа, 1999. – 256 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції й практичні заняття з використанням логічних задач і ситуаційних вправ.

### 3.13. Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування, тестування);
- модульний контроль (тестування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Ділова іноземна мова.

**3.2. Шифр.** ВСГ.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.**

Англ.	Фр.	Нім.
Харченко Г.Є., старш. викл. Іваненко Г.П., викл.	Образ О.Г., канд. філол. наук, доц.	Строкань Н.О., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок ділового спілкування, читання та перекладу оригінальної іншомовної літератури з фаху, написання анотації, реферату, ділового листа, роботи з комерційною документацією.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Іноземна мова».

**3.10. Зміст.** Основний бізнес-курс іноземної мови будується на іншомовному фаховому матеріалі, але на більш широкій лексичній основі та з урахуванням вузькопрофесійного спрямування студентів: основні економічні поняття, менеджмент та менеджери, бізнес і фінанси, бухгалтерський облік, аудит, гроші та банки, міжнародний бізнес. Інтенсивно вивчається іншомовна лексика з фаху та формуються уміння і навички ділового листування, засоби зв'язку та комерційна документація. Фонетичні норми ділової іноземної мови. Нормативна граматики ділової іноземної мови. Аудіювання та мовлення. Читання. Лексичний мінімум: 2000 лексичних одиниць. Лексика професійного спілкуван-

ня. Лексика ділових контактів, ділових зустрічей, нарад. Структура діалогу загальнонаукового характеру. Лексико-граматичний мінімум для проведення презентацій, комунікативний рівень.

### 3.11. Рекомендовані джерела.

Англ.	Фр.
1. Рудешко Є.В. Стислий курс ділової англійської мови : навч. посіб. / Є.В. Рудешко, Л.С. Орлик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006.	1. Колечко О.Д. Підручник з французької мови для студентів-економістів / О.Д. Колечко, В.Г. Крилова. – К. : КНЕУ, 1998.
2. Харченко Г.Є. English of Advertising : підручник / Г.Є. Харченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006.	2. Образ О.Г. Французька мова для банкірів : навч. посіб. / О.Г. Образ. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2000.
Нім.	
Коваленко Л. В. Німецька мова ділового спілкування = <i>Geschäftskommunikation deutsch</i> : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Коваленко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 272 с.	

**3.12. Методи навчання.** Практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання.

### 3.13. Методи оцінювання.

- поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Англійська, французька, німецька.

**3.1. Назва.** Видавнича справа та редагування.

**3.2. Шифр.** ВФП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Голік О.В., канд. наук соц. комунікацій, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування теоретичних і практичних знань з основ видавничої справи та редагування, необхідних для фахової підготовки до друку різних видів видань та для реалізації відповідних виконавських і управлінських функцій.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Українська мова», «Маркетинг», «Система маркетингових комунікацій», «Журналістика».

**3.10. Зміст.** Тенденції розвитку видавничої справи на сучасному етапі. Законодавство України про видавничу справу. Головні ознаки

класифікації сучасних видавництв. Типові структури видавництв: український і зарубіжний досвід. Порядок створення видавництва. Порядок реєстрації видавництва. Розробка видавничої програми. Способи і шляхи розповсюдження власної друкованої продукції як чинники змісту видавничої програми. Існуюча система дистрибуції друкованої продукції. Безпрограшні видання та їх тематичний діапазон. Кон'юнктурні видання та складові їх проектів. Ексклюзивні проекти. Видавнича продукція та критерії поділу її на види. Основні розмірні та кількісні параметри видань. Книга як основний предмет видавничої діяльності. Службова частина видання. Національні та міжнародні стандарти і правила їх застосування. Редакторські професії та фахові вимоги до них. Економічний мінімум для редактора-видавця і журналіста. Особливості виведення кошторису видання за складовими собівартості. Промоційна й рекламна акції нового видавничого продукту. Стосунки видавництва і реалізаторів друкованої продукції. Стосунки видавництва і поліграфічного підприємства. Правове регулювання стосунків між видавцями, авторами, поліграфістами та реалізаторами. Сутність і зміст редагування. Редакційно-видавничий процес. Етапи редагування та їх особливості. Редагування текстів за допомогою комп'ютерних програм. Редакторська підготовка складових тексту: заголовки, цитати. Редагування навчальних, художніх, інформаційних, газетно-журнальних, рекламних, довідкових, наукових, науково-популярних видань. Редакторська підготовка перевидань та перекладних видань.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця / М. Тимошик. – 3-тє вид., випр. – К. : Наша культура і наука, 2010. – 560 с. – (Серія «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
2. Тимошик М. Видавничий бізнес : погляд журналіста, видавця, вченого / М. Тимошик. – К. : Наша наука і культура, 2005. – 326 с. – (Серія «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
3. Теремко В.І. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В.І. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – 272 с. – (Серія «Альма-матер»).

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація, моделювання ситуацій, метод кейс-стаді).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації/ ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Організація роботи рекламного та PR-агентства.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** V.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Мельникович О.М., д-р екон. наук, проф.

**3.8. Результати навчання.** Формування теоретичних знань та практичних навичок щодо організації роботи рекламних та PR-агенцій, оволодіння методичним інструментарієм розробки внутрішніх документів, що регламентують роботу агенцій, та оцінки ефективності їх діяльності. Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти самостійно готувати документи для реєстрації нової агенції; підбирати прийнятні організаційні структури управління для нових агенцій; формувати асортимент рекламних продуктів для агентств різного типу; обирати шляхи просування цих продуктів на ринок; використовувати прийнятні методи ціноутворення, визначати ціну на рекламні продукти; застосовувати існуючі способи пошуку клієнтів рекламних та PR-агенцій; управляти стосунками з клієнтами.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Система маркетингових комунікацій», «Основи реклами», «Реклама в системі маркетингу».

**3.10. Зміст.** Сутність, роль та завдання рекламного бізнесу у сучасній економіці. Рекламні та PR-агенції як суб'єкти рекламного бізнесу. Класифікація підприємств рекламної галузі за різними ознаками. Зовнішнє середовище підприємств рекламної галузі. Об'єкти та суб'єкти рекламної діяльності. Характеристика суб'єктів рекламної діяльності: ЗМІ, організаційні структури управління різноманітних підприємств рекламної галузі. Процес створення нового підприємства рекламної галузі. Підготовка внутрішніх документів, які регламентують діяльність агенції. Формування асортименту рекламних продуктів для агенцій різного типу. Ціноутворення на рекламні продукти. Управління стосунками підприємств рекламної галузі з рекламодавцями. Маркетингові комунікації підприємств рекламної галузі.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Батра Р. Рекламный менеджмент : пер. с англ. / Р. Батра, Д.Д. Майерс, Д.А. Аакер . – 5-е изд. – М. ; СПб. : Питер, 2005. – 784 с.
2. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе : учеб. для студ. вузов. В 3 ч. Ч. 2. Комплекс маркетинга в рекламной деятельности / С.В. Веселов. – М. : Междунар. ин-т рекламы, 2003. – 376 с.

3. Джоунс Дж. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиапланирование, интегрированные коммуникации / Дж. Ф. Джоунс. – М. : Вильямс, 2005. – 784 с.

4. Мельникович О.М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 358 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові та тематичні); практичні заняття (із застосуванням ситуаційних вправ (кейсів), проведенням рольових ігор, дискусій, роботи у малих групах над проектами та їх презентацією).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/ модульний контроль (тестування, усне/ письмове опитування, перевірка курсової/звіту/конспекту/розрахунково-графічної роботи/проекту / задачі/ситуаційного завдання тощо);
- підсумковий контроль (курсова робота, іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Дизайн у рекламі.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 6.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Алданькова Г.В., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо аналізу існуючих та специфіки розроблення графічних рекламних матеріалів сучасного підприємства та адаптації їх під час розміщення на різноманітних носіях.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи реклами», «Система маркетингових комунікацій», «Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Історія української культури».

**3.10. Зміст.** Дизайн як процес проектно-художньої діяльності: історія розвитку, теоретичні концепції, сучасні тенденції. Рекламний дизайн як проектна діяльність з візуалізації рекламного образу. Прийоми побудови композиції та принципи вибору візуальних образів. Художні стилі та стильові течії у рекламному дизайні. Сутність та види рекламної композиції. Закони та засоби композиційної організації реклами. Методи формоутворення односторінкової реклами. Образотворчі засоби в рекламній композиції. Шрифтові композиції у візуальній організації рекламного звернення. Колір як художній засіб реклами.



### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерні технології в рекламі та зв'язках з громадськістю: практикум / Г.В. Алданькова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 82 с.
2. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль, цвет / А.Р. Дегтярев. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 256 с.
3. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория / Н.А. Ковешникова. – М. : Омега-Л, 2006. – 224 с.
4. Назайкин А. Иллюстрирование рекламы / А. Назайкин. – М. : Эксмо, 2005. – 286 с.
5. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова. – М. : ЮНИТИ, 2009. – 335 с.
6. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Яцюк, Э. Романычева. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 432 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); лабораторні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання, творчі експедиції, відвідування виставок та арт-галерей м. Києва).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації / захист проєктів, творча олімпіада);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Прес-служби.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Голік О.В., канд. наук соц. комунікацій, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів комплексу теоретичних і практичних знань з основ діяльності прес-служб та служб зі зв'язків з громадськістю.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Система маркетингових комунікацій», «Основи зв'язків з громадськістю», «Основи реклами», «Українська мова», «Журналістика».

**3.10. Зміст.** Принципи діяльності прес-служб (демократичність та транспарентність; законність та відповідальність; надійність та

достовірність; оперативність та актуальність). Функції прес-служб (інформаційно-роз'яснювальна; представницька; комунікативно-регулятивна; реагувальна; упереджувальна). Завдання прес-служби. Форми роботи прес-служб. Структура прес-служби. Різновиди прес-посередницьких підрозділів. Прес-аташе, прес-бюро, прес-сервісні служби, прес-синдикат, прес-відділ. Поняття «прес-центр». Структура прес-центру. Організація роботи прес-центру. Головні завдання прес-центру. Керівник прес-служби та його завдання. Прес-секретар та керівник прес-служби: спільне та відмінне. Механізми управління новинною комунікацією. Критерії новинності інформації: частотність, амплітуда, однозначність, значущість, відповідність, подив, безперервність, варіація, персоналізація, зв'язок з елітними особами, негативізм. Техніки переконливої комунікації. Техніки уваги: завищення інформаційного приводу, «закладання шашок», перемикання уваги, «розрідження інформації» активізація шумів. Техніки інтерпретації: «навішування ярлика», «магія слів», «яскравий приклад». Прийоми, що перетворюють нецікаву новину на повноцінну: прив'язка новини до круглої дати; прив'язка продуктів чи послуг організації до символічної дати; зв'язок з новиною дня; апеляція до актуальної, суспільно важливої проблеми; організація подій на вибір, залучення впливових людей. Вимоги до написання інформаційно-аналітичних текстів прес-служб. Прес-реліз як найпоширеніший різновид письмового інформаційного матеріалу, що готує прес-служба. Офіційна заява. Огляд матеріалів ЗМІ країни перебування. Вимоги до іміджевої статі. Особливості підготовки та проведення інтерв'ю. Прес-кіт. Поняття «спеціальні заходи» прес-служб та служб зі зв'язків з громадськістю. План спеціального заходу. Прес-конференція як основний метод співпраці зі ЗМІ. Брифінг та прес-конференція: спільне та відмінне. Презентація, проведення презентації. Прес-тур. Ділові зустрічі, круглі столи, прийоми, дні відкритих дверей, екскурсії по своїй території, звані обіди й вечері, ювілеї тощо.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В.Г. Королько, О.В. Некрасова. – вид. 3-тє, доповн. і переробл. – К. : Києво-Могилян. акад., 2009. – 831 с.
2. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : підручник / за заг. ред. В.Ф. Іванова, В.В. Різуна. – К. : Київ. ун-т, 2011. – 431 с.
3. Ромат Е.В. Реклама : учеб. для вузов / Е.В. Ромат. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 512 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Іміджологія.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Радченко С.Г., доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування знань з основних положень теорії і практики конструювання іміджу підприємця, менеджера, організації. Розуміння значення іміджу в бізнес-середовищі та його впливу на формування репутації та престижу в ділових колах.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Психологія».

**3.10. Зміст.** Введення в іміджологію. Складові технології самопрезентації. Імідж та його функції. Людинознавчі технології. Поняття «технологія». Види та групи технологій. Логіка технологічного проектування. Технологія формування внутрішнього іміджу компанії. Ідеологія та імідж компанії. Технологія індивідуальної роботи з персоналом. Офіс як показник ділового статусу. Технологія стимулювання ділового честолюбства. Технологія виявлення професійної придатності менеджера. Технологія подолання конфліктів. Фізичний стан ділової людини як форма вираження його ділового іміджу.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Лысикова О.С. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учеб. пособие / О.С. Лысикова, Н.П. Лысикова. – М. : Флинта, 2006. – 15 с.
2. Кузин Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика / Ф.А. Кузин. – М. : Ось-89, 2002. – 512 с.
3. Браун Л. Имидж – путь к успеху / Л. Браун. – СПб. : Питер, 1996. – 283 с.
4. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния / В.М. Шепель. – М. : 1994. – 319 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій та активних методів навчання.

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний контроль (опитування, творчі завдання, тести);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Психологія реклами.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Старик В.А., канд. психол. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Здобуття знань про основні технології та механізми психологічних впливів реклами на особистість; індивідуальні та колективні особливості сприйняття реклами; адекватні технології застосування психологічних впливів у рекламі.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Психологія».

**3.10. Зміст.** Поняття психологічних впливів на особистість. Психологічні механізми впливів – зовнішні і внутрішні чинники. Прийоми та технології психологічних впливів реклами. Реклама як спосіб вербальних та невербальних впливів на особистість. Особистісні та емоційні чинники сприйняття реклами.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Краско Т.И. Психология рекламы / Т.И. Краско ; под ред. Е.В. Ромата. – Х. : Студцентр, 2002. – 212 с.

2. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы / А. Лебедев-Любимов. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с.

3. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев. – М. : Финпресс, 2002. – 416 с.

**3.12. Методи навчання.**

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій, кейс-стаді).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, усне/ письмове опитування, перевірка підготовленого есе / огляду / звіту / презентації/ проекту / вправи / задачі / ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Спічрайтинг.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Голік О.В., канд. наук соц. комунікацій, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування у майбутніх фахівців теоретичних знань та практичних навичок з написання та виголошення промов.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи зв'язків із громадськістю», «Українська мова», «Основи реклами», «Зарубіжна література», «Журналістика», «Практична стилістика».

**3.10. Зміст.** Предмет і завдання діяльності спічрайтера. Цілі та завдання публічного мовлення. Квалітативні (якісні) ознаки та квантитативні (кількісні) параметри публічного мовлення. Види та жанри публічного мовлення або красномовства. Судове (юридичне), академічне, політичне, церковне, суспільно-побутове красномовство. Поняття «мовна особистість». Трирівнева структура мовної особистості. Типи мовлення: монолог, діалог, полілог, монолог з елементами діалогізації. Види публічних виступів за умовами виголошення, змістом та психологічними мотивами. Ситуативна, інавгураційна, привітальна, похвальна, жалобна, дорадча промови, промова-догана, заключне слово тощо. Типи промов: промови, що читаються за конспектом; промови, які готують заздалегідь, але не вчать напам'ять; промови, які готують заздалегідь і вчать напам'ять; імпровізовані промови. Етапи підготовки промови. Вибір теми. Складання плану. Збирання матеріалу. Запис промови. Розмітка тексту знаками партитури. Тренування. Види аргументів. Емоційні компоненти промови. Поняття про художній образ. Звуковий рівень тексту. Автологічна лексика та тропи. Синтаксичний рівень тексту. Стилiстичний рівень тексту. Складові промови: початок, вступ, основна частина, висновки, закінчення. Поняття композиції промов. Способи інтеграції тексту. Зовнішня культура оратора.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Олійник О. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Олійник. – К. : Кондор, 2009. – 170 с.
2. Препотенська М. Риторика. 10 ключових тем : навч. посіб. / М. Препотенська. – К. : ІНКОС, 2009. – 254 с.
3. Онуфрієнко Г.С. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г.С. Онуфрієнко. – К. : Центр навч. л-ри, 2008. – 592 с.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні заняття з використанням активних методів навчання.

### **3.13. Методи оцінювання.**

- поточний контроль (опитування, творчі завдання, перевірка презентацій, тести);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Поведінка споживачів.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Федоришина І.Л., канд. психол. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** У результаті вивчення дисципліни студенти повинні: здобути глибокі теоретичні знання та набути практичних навичок з проблем вивчення мотивації поведінки споживачів з метою прийняття рішень щодо задоволення їх потреб.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Психологія».

**3.10. Зміст.** Наукові дослідження мотивації споживача та його поведінки. Сучасні теорії про поведінку споживачів. Сегментування ринку та задоволення потреб споживачів. Процеси прийняття рішень споживачами: модель, типи. Усвідомлення потреби і пошук продукту, детермінанти пошуку. Індивідуальні розходження між споживачами: економічні, часові, пізнавальні ресурси. Ставлення та тенденції прогнозування поведінки споживачів. Класифікація потреб. Методики модифікації поведінки споживача. Вплив різних чинників на сферу споживання. Особливості дослідження споживачів. Консумеризм. Глобальні споживчі ринки і захист прав споживачів.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Алешина И.В. Поведение потребителей / И.В. Алешина. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1999.
2. Энджел Джеймс Ф. Поведение потребителей / Ф. Энджел Джеймс. – СПб. : Питер, 1999.
3. Фоксол Г. Психология потребителей в маркетинге / Г. Фоксол. – СПб. : Питер, 2001.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична / проблемна); практичні заняття (презентація/ дискусія / моделювання ситуацій / метод кейс-стаді /робота в малих групах).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (перевірка підготовленого проекту/ ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Реклама і зв'язки з громадськістю в Інтернеті.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Яцюк Д.В., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** У результаті вивчення дисципліни студенти повинні: здобути глибокі теоретичні знання про рекламу в Інтернеті та набути практичних навичок створення та використання реклами в Інтернеті.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Web-дизайн», «Основи реклами».

**3.10. Зміст.** Сутність, значення та тенденції розвитку реклами в Інтернеті. Характеристика та структура Web-сайту як основного рекламного засобу в Інтернеті. Банерна, контекстна реклама та пошукова оптимізація Web-сайту. Цінові моделі розміщення реклами в Інтернет. Формування бюджету рекламної кампанії в Інтернеті. Планування, організація та оцінювання ефективності рекламної кампанії в Інтернеті.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Береза А. Електронна комерція : навч. посіб. / А. Береза. – К. : КНЕУ, 2002. – 326 с.
2. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Доуменг. – М. : Альпина паблишер, 2003. – 640 с.

3. Уилсон Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга / Р. Уилсон. – М. : Издат. Дом Гребенникова, 2003. – 262 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ дискусія/ моделювання ситуацій / «мозкова атака»).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації, ситуаційні завдання тощо);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Кризові комунікації.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Рижак О.Ю., асист.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо сутності, механізмів та інструментарію створення та подолання кризових комунікацій.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи реклами», «Психологія», «Основи зв'язків із громадськістю».

**3.10. Зміст.** Сутність та значення кризових комунікацій. Місце та роль фахівців з кризових комунікацій: менеджера паблік рилейшнз, спічрайтера, іміджмейкера, прес-секретаря, спіндоктора, виборчого технолога. Механізми та інструментарій створення та подолання кризових комунікацій.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Почепцов Г.Г. Информационные войны: Основы военно-коммуникативных исследований / Г.Г. Почепцов. – Ровно : Волинські обереги, 1999. – 352 с.

2. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – К. : Рефл-бук ; Ваклер, 2000.

3. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века: Менеджер паблік рилейшнз, спичрайтер, имиджмейкер, пресс-секретарь, спиндоктор, избирательный технолог / Г.Г. Почепцов ; отв. ред. С.Л. Удовик. – К. : Рефл-бук ; Ваклер, 2000. – 348 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції



(оглядова/тематична); практичні заняття (дискусія/імітація, моделювання ситуацій, «мозкова атака», тренажерні завдання).

### **3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації, ситуаційні завдання тощо);

– підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Реклама в торгівлі.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Чикусова М.Ю., асист.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо торгової реклами: сутності, інструментарію, методів впливу та ін.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Система маркетингових комунікацій», «Основи реклами».

**3.10. Зміст.** Реклама в оптовій та роздрібній торгівлі. Реклама в місцях продажів і національна реклама. Кооперована реклама. Види роздрібної реклами. Тенденції в рекламі роздрібної торгівлі. Створення реклами роздрібної торгівлі.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Мазаракі А.А. Торгова реклама: теорія і практика управління : монографія / А.А. Мазаракі, В.В. Ортинська, Т.В. Дубовик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 188 с.

2. Сиссорс Дж. Рекламное медиапланирование = Advertising media planning / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 411 с.

3. Наймушин А.Д. Основи організації реклами / А.Д. Наймушин. – М. : Внешторгиздат, 1995.

4. Уэллс У. Реклама: принципы и практика = Advertising. Principles. Practice / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарті. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб. : Питер, 2001. – 797 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові/тематичні); практичні заняття (підготовка презентацій).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Галузеві зв'язки з громадськістю.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2016–2017.

**3.5. Семестр.** VI.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Федоришина І.Л., канд. психол. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Ознайомити студентів із базовими принципами та засадами термінології й основним поняттям «галузеві зв'язки»; навчити застосовувати технології зв'язків із громадськістю при налагодженні галузевих зв'язків та вирішенні конкретних комунікаційних завдань.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Система маркетингових комунікацій».

**3.10. Зміст.** Технологічні засади галузевих зв'язків із громадськістю. Визначення та структура внутрішнього PR. PR у різних сферах діяльності (громадських організаціях, юридичних і торговельних компаніях, у малому бізнесі тощо). Інвестиційний PR та його роль у галузевих зв'язках. Значення та функції PR у ядерній енергетиці як новій сфері для розвитку міжгалузевих зв'язків. Особливості та специфіка PR у кризових умовах страхових організацій. Ефективні рішення налагодження міжгалузевих зв'язків між банками та іншими організаціями у кризових умовах за допомогою PR. Значення, функції та специфіка PR у промислових організаціях. Специфіка створення та відновлення іміджу будівельних організацій у період кризи за допомогою PR-технологій. Особливості проведення PR-кампаній та реалізації PR-проектів у холдингах.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Катлип С. Паблік рилейшнз. Теория и практика : учеб. пособие / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2000. – 624 с.
2. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. / Г.Г. Почепцов. – 2-ге вид., випр. і доповн. – К. : Знання, КОО, 2004. – 373 с.

3. Королько В. Основы паблик рилейшнз / В. Королько. – К. : Ваклер, 2000. – 528 с.

4. Куліш А. Соціальна відповідальність бізнесу в банківській сфері у запитаннях та відповідях / А. Куліш. – К. : Поліграфсервіс, 2007. – 80 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична/ лекція-консультація); практичні заняття (доповіді, презентації).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації);

– підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

## IV курс

**3.1. Назва.** Копірайтинг.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Голік О., канд. наук соц. комунікацій, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо написання рекламних текстів та матеріалів зі зв'язків з громадськістю.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Основи зв'язків із громадськістю», «Українська мова», «Основи реклами», «Зарубіжна література», «Журналістика», «Практична стилістика».

**3.10. Зміст.** Процес створення рекламного звернення. Розробка змісту тексту. Рекламний текст і стратегії реклами (стратегії раціонального типу, стратегії емоційного типу). Структура й функції рекламного тексту. Елементи рекламного тексту: заголовок, основний рекламний текст, слоган, ехо-фраза. Мова реклами. Літературна норма й мовна практика реклами. Використання художнього прийому в рекламному тексті (ритм, рима, гра слів, використання фразеологізмів, ілюзія, навмисна помилка, сленг, словотворчість, слова-матрьошки, співзвуччя, відкриті конструкції). Стереотипи й кліше в рекламному

тексті. Поняття, функції й маркетингова цінність слогана: значимі рекламні одиниці (ім'я бренда, УТП, товарна категорія, цільова аудиторія, формальні особливості товару). Методика написання слоганів. Жанри друкованої реклами: рекламне оголошення, життєва історія, консультація фахівця. Специфіка та елементи тексту радіореклами. Жанри радіореклами: репліка, розгорнута радіооб'ява, радіоанонс, радіоафіша, міні-бесіда, консультація фахівця, радіоспот, рекламна пісенька. Текст як елемент зовнішньої реклами, його особливості й специфіка. Язикові особливості тексту реклами на телебаченні та у кінорекламі. Реклама на місцях продажів – POS-матеріали: вивіска, вітрина. Інформаційні POS-матеріали. Особливості мови й стилістики. Особливості й проблеми перекладу рекламного тексту. Специфіка рекламного тексту для різних ЗМІ: преса, радіо, телебачення, Інтернет. Адаптація рекламного тексту для різних носіїв. Класифікація PR-матеріалів. Контрольовані організацією PR-матеріали для зовнішньої аудиторії. Лист, інформаційний реліз, запрошення, проспект, буклет, брошура, листівка. Контрольовані організацією PR-матеріали для внутрішньої аудиторії. Звіт, інформаційний листок, бюлетень, медіа-план, медіа-карта, прес-дайджест. Неконтрольовані організацією PR-матеріали, призначені для ЗМІ. Лист у редакцію, прес-реліз, пост-реліз, бекграундер, біографічна довідка, факт-лист, стаття, заява для ЗМІ, прес-кіт.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR – текстов / К. Иванова. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 160с.
2. Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера / Э. Слободянюк. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 208 с.
3. Кот Д. Копирайтинг: как не съест собаку. Создаем тексты, которые продают / Д. Кот. – СПб. : Питер, 2013. – 256 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові/тематичні); практичні заняття (підготовка презентацій).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів, презентацій);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Прямий маркетинг.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Микало О.І., канд. екон. наук, старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Сформувані вміння та навички щодо моделювання процесів інформаційного пошуку споживачами, ринковими діячами для створення ефективних програм маркетингових інтегрованих комунікацій; розуміння поведінкового процесу.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Система маркетингових комунікацій», «Основи реклами».

**3.10. Зміст.** Сутність прямого маркетингу. Основні можливості, переваги та проблеми прямого маркетингу. Стратегії прямого маркетингу. Програми інтегрованих маркетингових комунікацій. Моделювання інформаційного пошуку клієнт/фірма та відносин у ІМК. Значення прямого маркетингу для проектування та здійснення програм ІМК.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Бейкер М. Маркетинг / под ред. М. Бейкера. – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с.

2. Ромат Е.В. Реклама : учебник / Е.В. Ромат. – К. ; Х. : Студцентр, 2007.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична/ проблемна); практичні заняття (презентація/ дискусія/ комунікативний метод / метод кейс-стаді / робота в малих групах).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, усне/ письмове опитування, перевірка підготовленого звіту/ презентації/ проекту / ситуаційні завдання);

– підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Ділові переговори.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Буцацька І.О., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування вміння та навичок проведення ділових переговорів.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Система маркетингових комунікацій».

**3.10. Зміст.** Сутність та значення організації та проведення переговорів в умовах розвитку споживчого ринку України. Порядок організації переговорів. Процес проведення переговорів. Вербальні комунікації під час переговорів. Невербальні комунікації під час переговорів. Використання технологічних досягнень в організації та проведенні переговорів. Особливості здійснення переговорів з партнерами (клієнтами) із зарубіжних країн.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Хофф Р. Я вижу Вас голыми: Как подготовиться к презентации и с блеском ее провести : пер. с англ. / Р. Хофф. – М. : Независимая фирма «Класс», 1996.

2. Джей Э. Эффективная презентация : пер. с англ. / Э. Джей. – Минск : Амалфея, 1997.

3. Майкл Т. Основы эффективности продаж / Т. Майкл ; пер. с англ. Э. Джей. – К. : София, 1997.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/ проблемна/ лекція-консультація); практичні заняття (тренінг /презентація/ дискусія /комунікативний метод /імітація /моделювання ситуацій / «мозкова атака» / метод кейс-стаді /робота в малих групах /інше).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації/ проекту / ситуаційні завдання);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Мерчандайзинг.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ільченко Н.Б., канд. екон. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** У результаті вивчення дисципліни студенти повинні: набути глибоких теоретичних знань з питань розроблення

та застосування мерчандайзингових заходів у роздрібних торговельних підприємствах; знати основні концепції мерчандайзингу та вміти застосовувати їх на практиці; оволодіти методичним інструментарієм реалізації основних принципів мерчандайзингу; засвоїти мерчандайзингові підходи щодо розміщення та викладки товарів та регулювання потоку покупців у торговельній залі; опанувати інструментарій мерчандайзингу, що стимулює попит у місцях продажу; набути навички ефективності мерчандайзингу.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Організація зв'язків з громадськістю», «Економіка та фінанси підприємства».

**3.10. Зміст.** Сутність, функції та завдання мерчандайзингу. Психологічні чинники формування теоретичних основ мерчандайзингу. Відмінність цілей мерчандайзингу виробника, постачальника, оптового, роздрібного підприємства. Методи продажу товарів на основі принципів мерчандайзингу. Організація мерчандайзингу виробниками та оптовими підприємствами. Управління роздрібним продажем, що стимулює попит у місцях продажу. Моніторинг комунікаційних заходів з боку конкурентів. Аудит цін та перевірка додержання цінової стратегії. Збір маркетингової інформації для замовника. Стимулювання торговельних підприємств та їх працівників за впровадженням та дотриманням мерчандайзингу. Принципи розміщення груп товарів у торговому залі. Мерчандайзингові підходи до викладки товарів у торговому залі. Розміщення обладнання та формування типу руху відвідувачів у торговій залі. Управління товарною викладкою в торговельному підприємстві. Регулювання потоку відвідувачів підприємства. Специфіка розподілу функціональних зон у торговій залі роздрібного підприємства. Створення комфортного середовища для відвідувачів роздрібних підприємств. Контроль за дотриманням мерчандайзингу.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Канаян К. Мерчандайзинг : підручник / К. Канаян, Р. Канаян. – М. : Дело, 2003. – 236 с.
2. Колборн Р. Мерчандайзинг / Р. Колборн ; пер. с англ. под ред. И.О. Черкасовой. – СПб. : Нева, 2002. – 416 с.
3. Рамазанов И.А. Мерчандайзинг в торговом бизнесе / И.А. Рамазанов. – М. : Деловая лит-ра, 2002. – 112 с.
4. Мерчандайзинг в розничной торговле : пер с англ. / С. Эстерлинг, Э. Флоттман, М. Джерниган, С. Маршалл. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 304 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / проблемна); практичні заняття (презентація/ метод кейс-стаді/ робота в малих групах).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, усне/ письмове опитування, перевірка презентації/ розрахунково-графічної роботи/ задачі / ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Рекламні технології.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 7, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Березовик К.В., асист.

**3.8. Результати навчання.** Здобуття теоретичних знань та набуття практичних навичок щодо класифікації, розроблення, виробництва та розміщення зовнішньої реклами та щодо специфіки підготовки та виробництва теле- і радіореклами.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Видавнича справа та редагування», «Основи реклами», «Дизайн в рекламі», «Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Креатив у рекламі та зв'язках з громадськістю».

**3.10. Зміст.** Сутність, види та функції, тенденції розвитку зовнішньої реклами. Технології виробництва зовнішньої реклами.

Сутність, значення та сучасні тенденції розвитку виробництва відеореклами. Моделювання та технології виробництва відеореклами. Дигітальні технології образоутворення (морфінг, компоузинг, оцифрування, створення мультимедійних персонажів, комп'ютерна двовимірна та тривимірна анімація, пакети програм Animator Pro та 3D Studio тощо). Монтаж як метод організації відеоматеріалу та засіб художньої виразності, його види та можливості. Монтаж в Adobe Premiere. Етапи взаємодії замовника та агентства. Критерії вибору студії-виконавця відеореклами.

Технології підготовки радіореклами. Стратегії та інструменти передачі радіозвернення. Виробництво радіореклами. Написання сценарію. «Жива» та записана реклама. Радіотексти: сучасна специфіка мови радіо. Звукові ефекти. Підбір акторів, запис, мікширування



та копіювання плівки. Звукові доріжки. Комплектації студії з виробництва реклами. Тенденції розвитку радіореклами.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Джулер А.Д. Креативные стратегии в рекламе = Creative strategy in advertising: Искусство создания эффективной рекламы : пер. с англ. / А.Д. Джулер, Б.Л. Дрюниани. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 384 с. – (Маркетинг для профессионалов).
2. Кнорре К. Наружная реклама / К. Кнорре. – М. : Бератор-Пресс, 2002. – 190 с.
3. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: современная креативная реклама : пер. с англ. / Д. Ядин. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 488 с.
4. Яцюк О.Г. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справочное и практическое руководство / О.Г. Яцюк. – СПб. : БХВ-Петербург, 2001. – 432 с. : ил., с компактом.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (розроблення проектів у комп'ютерному класі кафедри з використанням сучасної комп'ютерної техніки і периферії та новітнього програмного забезпечення).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Медіапланування.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Крепак А.С., асист.

**3.8. Результати навчання.** Формування системи теоретичних та практичних знань щодо сутності медіапланування.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Система маркетингових комунікацій», «Основи реклами».

**3.10. Зміст.** Сутність медіапланування. Цілі медіапланування. Види медіастратегій. Критерії вибору медіастратегій. Графік проведення рекламних заходів. Проблеми формування медіаплану. Особливості медіапланування для різноманітних засобів масової інформації. Структура медіабюджету комунікаційної політики підприємства. Характеристика

засобів масової інформації з точки зору медіапланування. Критерії оцінювання рекламної привабливості засобів масової інформації. Способи визначення розміру та структури аудиторій засобів масової інформації. Показники порівняння преси: «міллайн», «трулайн», «ціна за тисячу». Критерії порівняння теле- та радіоканалів і програм. Показники Reach, GRP, Frequency. Ідеальний показник порівняння засобів розповсюдження інформації. Формули планування рекламної кампанії. Залежність Зільське. S-ефект реклами. Порогові рівні тиску реклами. Фактори, від яких залежить періодичність виходу реклами. Правило «three plus». Складання графіка виходу рекламних матеріалів. Перевірка ефективності реалізації медіаплану розміщення реклами.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Ромат Є.В. Основи реклами : навч. посіб. / Є.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2006. – 288 с.
2. Сиссорс Дж. Рекламное медиапланирование = Advertising media planning / Дж.Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд.– СПб. : Питер, 2004. – 411 с.
3. Тангейт М. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство = Media Monoliths : пер. с англ. / М. Тангейт. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 251 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична/ лекція-консультація); практичні заняття (метод кейс-стаді/інше).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проєктів);
- підсумковий контроль (курсова робота, іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Реклама в системі маркетингу.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ромат Є.В., д-р наук держ. упр., проф., Чикусова М.Ю., асист.

### **3.8. Результати навчання.**

Формування теоретичних знань та опанування практичних навичок щодо розробки та реалізації рекламного звернення, використання

реклами в реалізації маркетингових технологій, визначення комунікаційних характеристик реклами, напрямів розвитку та управління рекламною діяльністю, обґрунтування вибору засобів масової інформації та оцінка ефективності їх використання,

### **3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.**

«Основи реклами», «Реклама в торгівлі», «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».

### **3.10. Зміст.**

Сутність реклами. Місце реклами в сучасному суспільстві. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Комунікаційні засоби та характеристики реклами. Роль реклами в реалізації маркетингових технологій. Система управління рекламною діяльністю. Планування, організація та контроль рекламної діяльності.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Ромат Е.В. Реклама / Е.В. Ромат. – СПб. : Питер, 2008. – 620 с.
2. Ромат Е. Реклама / Е. Ромат, Д. Сендеров. – СПб. : Питер, 2013. – 512 с.
3. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 278с.
4. Маркетинг : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць. – 3-тє укр. вид. – К. : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008. – 648 с.

### **3.12. Методи навчання.**

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
- практичні заняття (презентація, дискусія, комунікативний метод, метод кейс-стаді, робота в малих групах).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний, модульний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка підготовленого звіту, презентації, задачі, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (залік).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Основи поліграфії.

**3.2. Шифр.** ВС.

**3.3. Тип.** За вибором.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Алданькова Г.В., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів аналітичного підходу до розв'язання проблем, що можуть виникнути при виборі найбільш оптимальної технології виготовлення різноманітних за складністю та функціональним призначенням друкованих рекламних матеріалів та набуття навичок верстки рекламних звернень у настільній видавничій системі Adobe PageMaker і підготовки оригінал-макетів до подальшого друку.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи реклами», «Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Дизайн в рекламі».

**3.10. Зміст.** Сутність, історія розвитку та сучасні тенденції поліграфії в Україні та у світі. Види поліграфічних підприємств та їх функції. Сутність процесу друкування та основні види друку. Оснащення сучасних поліграфічних підприємств. Технологічні процеси розробки та виробництва друкованої рекламної продукції. Формування взаємовідношень між замовником та виконавцем поліграфічних послуг.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Боув Т. Настольная издательская система PageMaker для персонального комп'ютера : / Т. Боув, Ч. Родс ; пер. с англ. М.Л. Сальникова, Ю.В. Сальниковой. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 192 с. : ил.
2. Джефкинс Ф. Реклама=Advertising / Ф. Джефкинс. – М. : Юнити – Дана, 2002. – 232 с.
3. Кортленд Л. Бове. Современная реклама : пер. с англ. / Кортленд Л. Бове, Уильям Ф. Арнс. – Тольятти: Издат. дом Довгань, 1995. – 704 с.
4. Олтман Р.Б. PageMaker 6 для Windows 95 : пер. с англ. / Р.Б. Олтман. – М. : Мир, 1997. – 559 с.: ил.
5. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: современная креативная реклама : пер. с англ. / Д. Ядин. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 488 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (оолодіння навичками роботи в настільній видавничій системі Adobe PageMaker).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, перевірка макетів, творча олімпіада, екскурсія у видавничий центр КНТЕУ);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Рекламний креатив.
- 3.2. Шифр.** ВС.
- 3.3. Тип.** За вибором.
- 3.4. Рік навчання.** 2017–2018.
- 3.5. Семестр.** VII.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.
- 3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Мельникович О.М., д-р екон. наук, проф., Крепак А.С., асист.
- 3.8. Результати навчання.** Формування теоретичних знань та практичних навичок розроблення та впровадження прийомів рекламного креативу, оволодіння методичним інструментарієм розроблення й оформлення рекламного звернення для досягнення максимального комунікаційного ефекту.
- 3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи реклами», «Копірайтинг».
- 3.10. Зміст.** Сутність та завдання рекламного креативу. Психологія творчості. Послідовність здійснення рекламного креативу. Семантичні, звукові, кольорові та графічні рішення в рекламному зверненні. Прийоми створення реклами, спрямовані на приваблення уваги цільової аудиторії. Прийоми мотивації в рекламному креативі. Прийоми формування кредиту довіри до рекламного звернення.
- 3.11. Рекомендовані джерела.**
1. Власова Н. Рекламный конструктор / Н. Власова. – Новосибирск: Науч.-изд. центр ОИГГМ, Изд-во СО РАН, 1998. – 256 с.
  2. Джулер А.Д. Креативные стратегии в рекламе / А.Д. Джулер, Б.Л. Дрюниани. – СПб. : Питер, 2003. – 384 с.
- 3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (дискусія/кейс-стаді, проведення дослідження).
- 3.13. Методи оцінювання:**
- поточний/модульний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка звітів, контрольних робіт);
  - підсумковий контроль (залік).
- 3.14. Мова навчання.** Українська.

- 3.1. Назва.** Бренд-менеджмент.
- 3.2. Шифр.** НПП.
- 3.3. Тип.** Обов'язкова.
- 3.4. Рік навчання.** 2017–2018.
- 3.5. Семестр.** VIII.
- 3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ромат Є.В., д-р наук держ. упр., проф., Яцюк Д.В., канд. екон. наук, доц., Чикусова Є.В., асист.

**3.8. Результати навчання.** Формування системи теоретичних та практичних знань щодо сутності діяльності компанії з формування сильного бренда та ефективності бренд-менеджменту.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Основи менеджменту», «Система маркетингових комунікацій», «Основи реклами».

**3.10. Зміст.** Поняття та сутність бренд-менеджменту. Суб'єкти бренд-менеджменту. Керівник компанії як бренд-менеджер. Бренд як об'єкт управління. Функції бренда. Моделі бренда. Система управління розвитком бренда. Планування бренда. Формування архітектури бренда. Інформаційне забезпечення бренд-менеджменту. Організація бренд-менеджменту. Контроль ефективності бренд-менеджменту. Комунікаційне забезпечення формування бренда.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Перція В. Бренд-менеджмент: курс молодого бойця / В. Перція. – СПб. : Питер, 2005.

2. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент / П. Темпорал. – СПб. : Нева, 2004.

3. Рожков И.Я. От брендинга к бренд-билдингу / И.Я. Рожков. – М. : Рекламные технологии, 2004.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (метод кейс-стаді).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів);

– підсумковий контроль (іспит).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Основи охорони праці.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VIII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Расулов Р.А., канд. техн. наук, доц.

**3.8. Результати навчання.** Формування вмінь створення безпечних умов праці для збереження здоров'я та матеріальних цінностей.

Організація практичної роботи на виробництві з урахуванням вимог, що забезпечують виконання законодавчих положень, а також вимог нормативно-технічної документації, безпеку технологічних процесів експлуатації устаткування, пожежну профілактику. Формування філософської культури мислення та пізнання навколишнього світу та самого себе, навичок застосування філософської методології.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Безпека життєдіяльності».

**3.10. Зміст.** Законодавча та нормативна база з питань охорони праці. Державний нагляд і громадський контроль за охороною праці. Розслідування та облік нещасних випадків, професійних захворювань. Основи фізіології, гігієни праці та виробничої санітарії. Безпека при виконанні вантажно-розвантажувальних робіт та застосуванні підіймально-транспортної техніки. Електробезпека. Пожежна безпека. Оцінювання об'єктів щодо їх вибухонебезпеки. Концептуальні засади забезпечення пожежної безпеки об'єкта. Евакуація людей. Засоби гасіння та виявлення пожеж.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Івах Р.М. Основи охорони праці / Р.М. Івах. – К. : Кондор, 2011.
2. Гогіташвілі Г.Г. Основи охорони праці : навч. посіб. / Г.Г. Гогіташвілі, В.М. Лапін. – 2-ге вид. – Л. : Новий світ-2000, 2005.
3. Гандзюк М.П. Основи охорони праці : навч. посіб. / М.П. Гандзюк, Є.П. Желібо, М.О. Халімовський. – К. : Каравела, 2005.

**3.12. Методи навчання.** Лекції, практичні заняття.

**3.13. Методи оцінювання:**

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

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Зарубіжна реклама і PR.

**3.2. Шифр.** НПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VIII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПБ лектора, науковий ступінь, посада.** Вернигора С.М., канд. наук соц. комунікацій, старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування комплексу теоретичних знань з питань зарубіжної реклами, можливості застосування їх на ринку вітчизняних суб'єктів підприємництва для формування високого рівня конкурентоспроможності їх товарів та послуг.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни:** «Основи реклами», «Бренд-менеджмент», «Правознавство» та ін.

**3.10. Зміст.** Реклама та зв'язки з громадськістю у процесі глобалізації світової економіки. Законодавче регулювання зарубіжної реклами та зв'язків з громадськістю. Основні інструменти реклами та зв'язків з громадськістю на міжнародному ринку. Особливості управління рекламою та зв'язками з громадськістю на зовнішньому ринку. Інформаційно-аналітичне забезпечення зарубіжної реклами та зв'язків з громадськістю. Оцінювання результативності зарубіжної реклами та зв'язків з громадськістю.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Бейкер М. Маркетинг / М. Бейкер. – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с.
2. Ромат Е.В. Реклама : учебник / Е.В. Ромат. – К. ; Х. : Студцентр, 2007.
3. Росситер Дж. Р. Реклама и продвижение товаров : пер. с англ. / Дж. Р. Росситер ; под ред. П.А. Волковой. – СПб. : Питер, 2001. – 656 с.

**3.12. Методи навчання.** Проблемні лекції, практичні та семінарські тренінгові заняття, що передбачають розв'язання типових управлінських завдань, виконання імітаційних вправ, підготовку презентацій та ін.

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тестування, усне/ письмове опитування/ вправи/ контрольні роботи);
- модульний контроль (комп'ютерне тестування, контрольна робота);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Макетування та верстка у рекламній та PR-діяльності.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VIII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 4, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Крепак А.С., асист.

**3.8. Результати навчання.** Отримання студентами спеціальних теоретичних знань щодо підготовки поліграфічних матеріалів до видання, видавничої та поліграфічної термінології, а також набуття практичних навичок з верстки різноманітних за складністю та функціональним призначенням поліграфічних видань у настільній видавничій системі «Adobe PageMaker».



**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія реклами та зв'язків із громадськістю», «Основи реклами», «Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Дизайн в рекламі», «Основи поліграфії», впевнене володіння текстовим редактором MS Word, графічними редакторами CorelDraw, Adobe Photoshop.

**3.10. Зміст.** Сутність макетування та верстки та їх роль і місце у видавничому процесі. Програмний засіб для оптимізації процесу верстки «Adobe Page Maker». Вихідні матеріали для наступної верстки. Основні конструктивні, конструктивно-оформлювальні, оформлювальні елементи видань і видавнича інформація. Загальні правила верстки поліграфічного видання. Технічна підготовка зображальних елементів. Особливості верстки рекламних та PR-матеріалів, газетних та журнальних видань. Спуск смуг: поняття, види спускових макетів, призначення. Технологічний процес підготовки публікації до видання.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Олтман Р.Б. PageMaker 6 для Windows 95 : пер. с англ. / Р.Б. Олтман. – М. : Мир, 1997. – 559 с.
2. Рик Уоллес. Page Maker® 6 Windows ® 95 в подлиннике : пер. с англ. / Уоллес Рик. – СПб. : BHV – Санкт-Петербург, 1997. – 816 с.
3. Боув Т. Настольная издательская система PageMaker для персонального компьютера / Т. Боув ; пер. с англ. М.Л. Сальникова, Ю.В. Сальниковой. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 192 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові/тематичні); лабораторні заняття в комп'ютерному класі кафедри з використанням сучасної комп'ютерної техніки та новітнього програмного забезпечення.

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів);
- підсумковий контроль (іспит).

### **3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Фірмовий стиль.

**3.2. Шифр.** ВПП.

**3.3. Тип.** Обов'язкова.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VIII.

### **3.6. Кількість кредитів ЄКТС. 3.**

**3.7. ШБ лектора, науковий ступінь, посада.** Алданькова Г.В., старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо аналізу існуючих та специфіки розроблення графічних елементів фірмової символіки сучасного підприємства, досліджень психологічних чинників впливу елементів ФС на споживача та адаптації їх під розміщення на різноманітних носіях.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Історія реклами та зв'язків із громадськістю», «Комп'ютерно-технічні засоби в рекламі та зв'язках із громадськістю», «Дизайн у рекламі».

**3.10. Зміст.** Сутність фірмового стилю, його роль і місце у здійсненні корпоративної місії компанії. Основні елементи фірмового стилю. Історичний огляд розвитку фірмового стилю. Критерії оцінювання програми фірмового стилю. Сутність та значення бренд-буку компанії. Формотворення графічних знаково-символьних об'єктів фірмового стилю. Шрифт як елемент фірмового стилю. Кольорове оформлення фірмової графіки. Управління розробкою фірмового стилю.

### **3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерні технології в рекламі та зв'язках з громадськістю: практикум / Г.В. Алданькова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 82 с.
2. Гермогенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации / Л.Ю. Гермогенова. – М. : РусПартнерЛтд, 1994. – 252 с.
3. Ромат Е.В. Реклама : учеб. для ВУЗов / Е.В. Ромат. – СПб. : Питер, 2008.– 288 с.
4. Яцюк О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Яцюк, Э. Романычева. – СПб. : БХВ-Петербург, 2001. – 432 с.

**3.12. Методи навчання.** Викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація, формування фірмової символіки в сучасних графічних редакторах).

### **3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування, перевірка підготовленого проекту, творча олімпіада);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Соціальна реклама.

**3.2. Шифр.** ВС.

**3.3. Тип.** За вибором.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VIII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Ромат Є.В., д-р наук держ. упр., проф.

**3.8. Результати навчання.** Формування знань щодо сутності, організаційного забезпечення соціальної реклами.

**3.9. Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Основи реклами», «Система маркетингових комунікацій».

**3.10. Зміст.** Поняття соціальної реклами, проблеми її ідентифікації. Взаємозв'язок соціальної реклами з актуальними проблемами суспільства, релятивність соціальної реклами. Управління соціальною рекламою: основні функціональні елементи. Визначальна роль державного управління соціальною рекламою в її розвитку. Законодавче та організаційне забезпечення соціальної реклами.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Ромат Е.В. Реклама : учеб. для вузов / Е.В. Ромат. – СПб. : Питер, 2008. – 288 с.

2. Батра Р. Рекламный менеджмент=Advertising management : пер. с англ. / Р. Батра, Д. Майерс, Д. Аакер. – 5-е изд. – М. ; СПб. ; К. : Вильямс, 2001. – 780 с.

3. Масионис Дж. Социология : пер. с англ. / Дж. Масионис. – 9-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 752 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (розробка проектів).

**3.13. Методи оцінювання:**

– поточний/модульний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів);

– підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

**3.1. Назва.** Ярмаркова та виставкова діяльність.

**3.2. Шифр.** ВС.

**3.3. Тип.** За вибором.

**3.4. Рік навчання.** 2017–2018.

**3.5. Семестр.** VIII.

**3.6. Кількість кредитів ЄКТС.** 1, 5.

**3.7. ПІБ лектора, науковий ступінь, посада.** Вернигора С.М., канд. наук соц. комунікацій, старш. викл.

**3.8. Результати навчання.** Здобуття студентами теоретичних знань із типології ярмарків і виставок, їх організації та проведення, а також

набуття практичних навичок щодо вибору виставкового заходу, розроблення ефективної програми експонування, оформлення виставкового стенда, комерційної роботи персоналу з відвідувачами, аналізу результатів участі. Вивчення дисципліни «Ярмаркова та виставкова діяльність» дасть можливість студентам бути більш компетентними щодо: набуття навичок творчого аналізу практики планування, організації та проведення виставкових заходів; здатність обрати виставку для участі в ній, визначити виставковий бюджет; розуміння специфіки підготовки та організації роботи виставкового персоналу на стенді фірми-учасника виставки; здатність сформулювати мету участі підприємства на виставці та оцінити ступінь їх реалізації; вміння застосувати нові виставкові технології, розробити програму організації участі фірми на виставці; розуміння процесу побудови виставкового стенда, його розміщення та оформлення для презентації продукції на виставці; здатність обрати дійові рекламні засоби для привернення уваги відвідувачів; здатність сформувати та підтримувати контакти з різними колами громадськості у виставковому полі; вміння оцінити ефективність ярмарково-виставкової діяльності суб'єктів бізнесу.

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

**3.10. Зміст.** Інститут ярмарків і виставок. Суб'єкти ярмарково-виставкової діяльності. Розвиток ярмарково-виставкової діяльності в Україні. Прийняття рішення щодо участі підприємства у виставці/ярмарці. Організаційний процес участі у роботі виставки/ ярмарки. Побудова виставкового стенда та його оснащення. Організація роботи на виставковому стенді. Реклама на виставках і ярмарках. Зв'язки з громадськістю у виставковому середовищі. Ефективність ярмарково-виставкової діяльності.

**3.11. Рекомендовані джерела.**

1. Основы выставочно-ярмарочной деятельности : учеб. пособие для вузов / под ред. Л.Е. Стровского. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
2. Захаренко Г.П. Выставка: техника и технология успеха / Г.П. Захаренко. – М. : Вершина, 2006. – 232 с.
3. Добробабенко Е.В. Выставка «под ключ» / Е.В. Добробабенко, Н.С. Добробабенко. – СПб. : Питер, 2007. – 208 с.

**3.12. Методи навчання.** Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація).

**3.13. Методи оцінювання:**

- поточний/модульний контроль (тестування; усне/письмове опитування);
- підсумковий контроль (залік).

**3.14. Мова навчання.** Українська.

## ПРАКТИКА

### ***Навчальна практика.***

Тривалість – 6 тижнів. Семестр – IV.

### ***Виробнича комплексна практика.***

Тривалість – 2 тижні. Семестр – IV.

## **4. Загальна інформація для студентів.**

**4.1. Вартість проживання** в гуртожитку становить 208,00–292,00 грн на місяць (залежно від кількості осіб, які проживають у кімнаті).

### **4.2. Житло.**

На території студентського містечка є три гуртожитки, розташовані за 5 хвилин ходи від головного навчального корпусу та за 15 хвилин від станцій метро «Лісова» та «Чернігівська». До центру міста (вул. Хрещатик) можна доїхати за 30 хвилин. Поблизу університету – лісопаркова зона та парк Кіото.

У гуртожитках є кімнати на 2, 3, 4, 5 місць із санвузлами, кухні на кожному поверсі та централізована пральня.

Студенти з інших міст поселяються до гуртожитків за наявності вільних місць на підставі подання факультетів за наказом ректора. Між університетом і студентом укладається контракт на право проживання в гуртожитку, де встановлено права та обов'язки, а також відповідальність сторін за їх дотримання і виконання.

Студенти-іноземці проживають у гуртожитках № 2 і 4.

*Адреси гуртожитків:*

- № 2 – вул. Д. Мілютенка, 6, м. Київ, 02156;  
тел. (044) 531-48-91, 519-37-41, 513-11-82;
- № 3 – вул. М. Матеюка, 2, м. Київ, 02156;  
тел. (044) 531-49-28, 513-13-32;
- № 4 – вул. М. Матеюка, 2-а, м. Київ, 02156;  
тел. (044) 531-47-62, 531-47-99.

### **4.3. Харчування.**

В університеті працюють дві їдальні (у головному корпусі та корпусі Д), магазин (у корпусі Б), кафе та буфети (у кожному з навчальних корпусів). Цього року у корпусі А відкрито кафе з авторською кухнею.

Вартість харчування у студентській їдальні: сніданок – 10,00–16,00 грн, обід – 15,00–30,00 грн, вечеря – 15,00–20,00 грн.

#### **4.4. Медичне забезпечення.**

На території студентського містечка працює медичний пункт, в якому приймають студентів дільничний терапевт та 2 фельдшери, які здійснюють профілактичні щеплення, маніпуляційні процедури, проводять санітарно-просвітницьку роботу. Крім того, функціонує стоматологічна клініка.

Медичне обслуговування іноземних громадян, які тимчасово перебувають на території України, здійснюється у державних та комунальних закладах охорони здоров'я за власні кошти, у тому числі за договорами медичного страхування зі страховиками України.

#### **4.5. Можливості для студентів з особливими потребами.**

В університеті створені усі умови для навчання, комфортного перебування та проживання студентів з особливими потребами.

Забезпечено доступ студентів з особливими потребами, зокрема тих, які пересуваються на візках, до приміщень університету, гуртожитків:

- навчальний корпус А обладнаний підйомною платформою та спеціальним ліфтом;
- у навчальному корпусі Д, актовій залі (корпус В), гуртожитках № 2, № 4 є пандуси та поручні для заїзду візків;
- у гуртожитках № 2 та № 4 – спеціально облаштовані кімнати для осіб з обмеженими фізичними можливостями (туалет та ванна зі спеціальними поручнями);
- у навчальному корпусі А сходові майданчики обладнані поручнями;
- в університеті кнопки виклику ліфта, світлові вимикачі розміщені на рівні доступу людини у візку.

Студенти з особливими потребами регулярно отримують матеріальну допомогу від ректорату, для забезпечення їх соціальної адаптації надається психологічна підтримка практичного психолога.

Для окремих категорій студентів відповідно до нормативно-правових актів щодо отримання державних пільг і гарантій нараховуються соціальні стипендії. Вони призначаються:

- студентам з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, а також студентам, які в період навчання у віці від 18 до 23 років залишилися без батьків;
- студентам з числа осіб, яким згідно із Законом України «Про статус і соціальний захист громадян, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи», гарантуються пільги при призначенні стипендії;

- студентам з малозабезпечених сімей (у разі отримання відповідної державної допомоги згідно із законодавством);
- студентам, які є дітьми-інвалідами й інвалідами I–III групи;
- студентам, які мають сім'ї з дітьми і в яких обоє з подружжя або одна мати (батько) навчаються в університеті на денній формі навчання.

#### **4.6. Страхування.**

Медична допомога надається іноземцям або особам без громадянства відповідно до законодавства України.

Надання медичної допомоги іноземним громадянам здійснюється відповідно до Порядку надання медичної допомоги іноземцям та особам без громадянства, які тимчасово перебувають на території України, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 22 червня 2011 р. № 667 та ст. 44 Закону України «Про страхування».

Іноземці та особи без громадянства можуть звернутися по медичну допомогу, у тому числі й екстрену, до будь-якого державного або комунального закладу охорони здоров'я.

Оплата вартості медичної допомоги, у тому числі й екстреної, здійснюється іноземцем або особою без громадянства у разі відсутності в них договорів страхування та страховиком-резидентом (за наявності в іноземця відповідного договору страхування).

За потреби університет сприяє оформленню медичного полісу з надання медичної допомоги.

#### **4.7. Фінансове забезпечення студентів.**

Студентам денної форми навчання, які навчаються за рахунок державного замовлення, за результатами навчання та виявленою при цьому успішністю призначаються академічні стипендії один раз на семестр.

Розміри академічних стипендій встановлює Кабінет Міністрів України. Всі студенти першого року навчання у першому семестрі отримують академічну стипендію у мінімальному розмірі.

Студентам пільгових категорій (сиротам, інвалідам, студентам, що мають дітей, студентам з малозабезпечених сімей, постраждалим від аварії на ЧАЕС) призначаються соціальні стипендії, розміри яких встановлюються Кабінетом Міністрів України.

За особливі успіхи у навчанні, участь у науковій та громадській роботі студентам університету можуть призначатися персональні академічні стипендії КНТЕУ та іменні академічні стипендії Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Київського міського голови.

Також за успіхи в навчанні, участь у науковій, громадській та спортивній роботі студенти можуть заохочуватися цінними подарунками та грошовими преміями.

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

Призначення і виплата стипендії студентам, які є іноземними громадянами та особами без громадянства, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України і актів Кабінету Міністрів України.

Студентам, які навчаються згідно з угодами, укладеними між університетом та фізичними або юридичними особами, стипендія може виплачуватися коштом цих осіб, якщо це передбачено умовами угоди.

#### **4.8. Відділ кадрів (студентський стіл).**

У студентському столі відділу кадрів університету зберігаються особові справи, документи про освіту, трудові книжки студентів, які навчаються в університеті. Основними завданнями працівників студентського столу є:

- 1) своєчасне внесення поточних змін в особові справи;
- 2) зберігання документів у належному стані;
- 3) надання інформації за письмовими запитами будь-яких інстанцій;
- 4) надання студентам інформації, роз'яснення щодо Кодексу законів про працю України;
- 5) надання ксерокопіювальних послуг студентам.

#### **4.9. Умови для навчання.**

Ректорат університету сприяє розширенню інформаційних ресурсів у бібліотеці, створенню доступності та зручності у користуванні книжковим фондом. Протягом 2013 р. 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). Нині книжковий фонд становить понад 1,4 млн друкованих видань з різних галузей знань – підручники, навчальні посібники, наукова та довідкова література. Щорічне поповнення фонду документів бібліотеки становить близько 20 000 примірників. Придбання періодичних видань України та зарубіжних країн становить понад 300 назв.



Бібліотека має сучасну матеріально-технічну базу. Встановлено понад 100 комп'ютерів та 3 потужні сервери, створено необхідні умови для ефективного обслуговування користувачів, організації фондів документів, електронних каталогів, виставок документів. Працює вільний Wi-Fi доступ до освітніх ресурсів мережі Інтернет.

До послуг користувачів бібліотеки – 6 читальних залів, 7 абонементів, мультимедійна бібліотека, зал іноземної літератури, зал карткових та електронних каталогів, зал нових надходжень літератури, МБА, спеціальні сектори – сектор методичних видань КНТЕУ, сектор дисертацій та авторефератів.

Усі процеси роботи у бібліотеці автоматизовані: комплектування фонду документів, наукова обробка документів, видача документів користувачам, пошук наявності документів в електронних каталогах тощо (АІБС «УФД/Бібліотека»). Для запису та користування бібліотекою впроваджено цифровий підпис (PIN-CODE) в електронний формуляр користувача.

До послуг користувачів – доступ (за допомогою мережі Інтернет) до фондів вітчизняних і зарубіжних бібліотек та електронних баз даних:

- Повнотекстова і реферативна база науково-технічних, економічних та довідкових даних компанії EBSCO PUBLISHING.
- Повнотекстова база даних з питань економіки та права (Polpred.com) – зовнішньоекономічні показники країн світу.
- Електронна бібліотека Видавничий Дім «Гребенніков» – повнотекстові статті з питань маркетингу, менеджменту, фінансів та персоналу.
- Російська наукова електронна бібліотека (e-library.ru), де представлено повнотекстові російські фахові економічні журнали.
- Законодавча електронна база «Нормативні акти України».
- Відкриті архіви України (oai.org.ua) – депозитарій наукових статей, монографій з різних питань.
- *Країни світу* (Українське національне інформгентство «Укрінформ»).
- *«Товарний монітор»* – аналітичний тижневик огляду товарних ринків України та світу (видавництво «Держзовнішінформ»).
- Енциклопедії та словники з різних галузей знань, географічні карти.
- Матеріали для вивчення іноземних мов (англійська, німецька, грецька, французька, іспанська, італійська, японська).

Електронна колекція мультимедійної бібліотеки налічує понад 1700 назв видань на електронних носіях:

- Видання КНТЕУ: «Вісник КНТЕУ», «Товари та ринки».
- Фонд аудіо-, відео-, фотоматеріалів КНТЕУ.
- Комплекти навчально-методичного забезпечення КНТЕУ, розроблені викладачами університету для студентів усіх факультетів.
- Підручники за тематикою: маркетинг, менеджмент, реклама, управління персоналом, товарознавство, фінанси, інформатика тощо.

Важливе місце на сайті бібліотеки займають власні електронні ресурси. Бібліографічні бази даних створені на основі електронного каталогу бібліотеки, серед них база даних «Нові надходження літератури», яка відновлюється щоквартально.

Для студентів перших курсів організовуються заняття з основ бібліотечно-бібліографічних знань у вигляді лекцій, практичної роботи та екскурсій до бібліотеки. Велика увага приділяється вмінню користуватися пошуковою системою бібліотеки, яка надає інформацію про фонд документів бібліотеки.

Впровадження нових технологій дає змогу бібліотеці значно розширити інформаційне забезпечення користувачів, що впливає на якість навчального процесу.

*Умови користування послугами бібліотеки:*

- Абонемент наукової літератури: професорсько-викладацький склад, науковці – один навчальний рік, студенти – один місяць.
- Абонемент навчальної літератури: професорсько-викладацький склад, науковці – один навчальний рік, студенти – семестр;
- Абонемент художньої літератури: усі читачі – 21 день.

**Режим роботи бібліотеки:** понеділок – п'ятниця – 09.00 – 18.00.

**Матеріально-технічна база.** Для потреб навчального процесу всі кафедри забезпечено необхідною комп'ютерною технікою, парк якої нараховує 1440 персональних комп'ютерів (ПК), функціонують: 41 комп'ютерний клас, 10 інтерактивних комплексів, 40 мультимедійних проєкторів. У 2013 р. парк комп'ютерної техніки оновлено 60 ПК та 6-ма пересувними мультимедійними ПК з проєкторами.

#### **4.10. Міжнародні програми**

Університет, що приєднався до Великої хартії університетів, успішно співпрацює більш ніж 100-ма вищими навчальними закладами, міжнародними освітніми і науковими центрами та установами

багатьох країн світу, у тому числі Азербайджану, Австрії, Білорусі, Великобританії, Греції, Грузії, Іспанії, Китаю, Латвії, Литви, Молдови, Польщі, Німеччини, Португалії, Росії, Румунії, США, Угорщини, Франції, Японії та інших країн.

Університет бере участь у розробці і реалізації низки міжнародних проектів і програм для студентів, основними з яких є:

- програма обміну студентами з Краківським економічним університетом (Польща), яка включає навчання за бакалаврськими програмами протягом семестру;
- програма обміну студентами з Познанським економічним університетом (Польща), яка включає навчання за бакалаврськими програмами протягом семестру та проходження практики;
- програма обміну студентами з Будапештським економічним інститутом (Угорщина), яка включає навчання за бакалаврськими програмами протягом семестру та проходження практики;
- паралельне навчання у Французько-Українському інституті управління, який створено спільно з Університетом д'Овернь (Франція), випускники якого, крім диплома КНТЕУ, одержують диплом державного зразка Франції;
- програма відбору кандидатів на навчання за магістерськими програмами (франко-, англо- та іспаномовними) у Вищій паризькій школі комерції (ESCP EUROPE ) у Парижі, Лондоні та Мадриді;
- спільні освітні програми в рамках угод з вищими навчальними закладами Нанта, Гренобля, Парижа (Франція), Ланкашира (Великобританія) з метою навчання за франко-англомовними програмами та можливістю реалізації подвійного диплома;
- проект Erasmus Mundus (напрямок «Партнерство») для Білорусі, України, Молдови (EMP-AIM «Erasmus Mundus Partnership for Belarus, Ukraine and Moldova» № 204521-1-2011-1- LT-ERA MUNDUS-EMA 21), який впроваджується спільно з 20-ма університетами-партнерами Литви, Латвії, Великобританії, Австрії, Угорщини, Італії, Іспанії, Словаччини. Проект передбачає забезпечення мобільності з університетами-партнерами на бакалаврських та магістерських програмах з таких напрямів, як право, державне управління, бізнес, менеджмент, економіка. Програма також передбачає стажування аспірантів та викладачів;

- КНТЕУ є членом Університетського агентства франкофонії – AUF, яке щорічно надає університету гранти для стажування франкомовних викладачів та дослідників, а також студентів, які беруть участь у щорічних програмах міжнародної літньої школи.

Відповідно до угод між Міністерством освіти і науки України і Міністерством освіти КНР у галузі освіти студенти КНТЕУ отримують стипендії для навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем (з річним навчанням на підготовчому відділенні) у вищих навчальних закладах Китайської Народної Республіки.

#### **4.11. Практична інформація щодо мобільності студентів**

Згідно з програмами міжнародного співробітництва кращі студенти Київського національного торговельно-економічного університету зі знанням іноземних мов та за рейтингом КНТЕУ мають змогу здобувати освіту за кордоном відповідно до індикації та умов, викладених у таблиці.

ВНЗ-партнер, країна	Навчальний рівень	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
ВНЗ-партнер, країна <b>Університет д'Овернь (Université d'Auvergne)</b> Університетська школа менеджменту Клермон-Ферран, Франція	Avantlicence Навчання у ФУУ КНТЕУ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Мовна підготовка до навчання у Франції</li> </ul>	2-3 роки	Паралельно з навчанням на базових факультетах КНТЕУ		-
	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Менеджмент</li> </ul>	1 рік	Очна	Французька	- Знання французької мови – рівень В1/В2; - щонайменше 2-3 роки навчання в КНТЕУ
<b>Вища паризька школа комерції (ESCP Europe)</b> Франція, Великобританія, Іспанія Париж, Лондон, Мадрид	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Менеджмент малих і середніх підприємств</li> </ul>	2 роки	Очна		- Знання французької мови – рівень В2; - диплом бакалавра
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Менеджмент</li> </ul>	2 роки	Очна	Англійська, французька або іспанська	- Знання мови – рівень В2; - диплом бакалавра
<b>Університет Парі Ест Кретей (Université Paris-Est Creteil)</b> Інститут адміністрування підприємств Париж, Франція	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управління підприємствами</li> <li>Бухоблік, контроль, аудит</li> <li>Економіка</li> </ul>			Французька	- Знання французької мови – рівень В1/В2; - щонайменше 3 роки навчання в КНТЕУ
	Master 1 (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Управління (на 2015/16 н.р.)</li> <li>Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту</li> </ul>	1 рік	Очна	Англійська	- Знання англійської мови – рівень В1/В2; - щонайменше 3 роки навчання в КНТЕУ - Знання англійської мови – рівень В2; - диплом бакалавра

Продовження таблиці

ВНЗ-партнер, країна	Навчальний рівень	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
Вища школа менеджменту «Audencia Nantes» Нант, Франція	Master 2 (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Фінанси</li> <li>• Управління</li> <li>• Менеджмент і консалтинг</li> <li>• Логістика та міжнародні закупівлі</li> <li>• Менеджмент і охорона здоров'я</li> <li>• Менеджмент комерційних мереж</li> <li>• Менеджмент</li> </ul>	2 роки		Французька	– Знання французької мови – рівень B2; – диплом бакалавра
	Master (магістр)				Французька, англійська	– Знання французької, англійської мови – рівень B2; – диплом бакалавра
	MBA		2 роки	очна		– Знання французької, англійської мови – рівень B2; – диплом магістра
Університет П'єр Мендес-Франс ( <i>Université Pierre Mendès France</i> ) Гренобль, Франція	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Економіка і управління</li> </ul>	1 рік	Дистанційна (паралельно з навчанням в КНТЕУ)	Англійська	– Знання англійської мови – рівень B1-B2; – щонайменше 3 роки навчання в КНТЕУ

Продовження таблиці

ВНЗ-партнер, країна	Навчальний рівень	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Регіональна економіка та розвиток</li> <li>• Економічні стратегії спорту та туризму</li> <li>• Людські ресурси</li> <li>• Економічний діагноз підприємств</li> <li>• Економіка, енергетика та довгостроковий розвиток</li> </ul>	2 роки	Очна	Французька	– Знання французької мови – рівень B2; – диплом бакалавра
Університет Центрального Ланкаширу ( <i>University of Central Lancashire</i> )	Літня школа із вдосконалення англійської мови (школа мов, літератури та міжнародних досліджень)		2 тижні (липень)			Знання англійської мови – рівень B1
	Ланкаширська бізнес-школа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бухоблік та фінанси</li> <li>• Бізнес та міжнародний бізнес</li> <li>• Менеджмент</li> <li>• Маркетинг</li> <li>• PR і комунікації</li> <li>• Ритейл-менеджмент</li> <li>• Економіка</li> <li>• HR-менеджмент</li> </ul>	1 рік	Очна	англійська	– Знання англійської мови – рівень B1–B2; – 3 роки навчання в КНТЕУ
Престон, Великобританія	Master (магістр)		2 роки			– Знання англійської мови – рівень B2; – диплом бакалавра

Закінчення таблиці

ВНЗ-партнер, країна	Навчальний рівень	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
Університет Йогана Кеплера у Лінці ( <i>Johannes Kepler University of Linz</i> ) Лінц, Австрія	У межах програми ERASMUS MUNDUS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Менеджмент</li> <li>• Бізнес</li> <li>• Фінансовий менеджмент</li> <li>• Туризм</li> <li>• Менеджмент готельного бізнесу</li> <li>• Право (міжнародне, цивільне, кримінальне, конституційне, європейське)</li> </ul>	0,5–1 рік	Очна	Англійська	Знання англійської мови – рівень B2 та вище
Університет Саленто ( <i>University of Salento</i> ) Саленто, Італія	бакалавр, магістр, докторантура (PhD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Державне управління</li> <li>• Економіка</li> <li>• Політологія</li> <li>• Соціологія</li> <li>• Лінгвістика</li> <li>• Педагогіка,</li> <li>• Інформатик</li> </ul>				
Університет Аліканте ( <i>University of Alicante</i> ) Аліканте, Іспанія						

Крім цього, в КНТЕУ існують спільні програми (навчання від 1 семестру і більше в ВНЗ-партнерах), а саме: **Краківському економічному університеті**, Польща (Cracow University Economics), **Познанському економічному університеті**, Польща (Poznan University Economics), **Будапештському економічному інституті**, Угорщина (Budapest Economic Institute), **Університеті Ніколаса Ромеріса**, Литва (Mukolas Romeris University), **Університеті м. Печ**, Угорщина (University of Pecs), **Вищій школі управління бізнесом**, Латвія (School of Business Administration Turība), **Університеті Коменського у Братиславі**, Словаччина (Comenius University in Bratislav), **Технологічному освітньому інституті**, Греція – практика (Technological Educational Institute).



#### **4.12. Мовні курси.**

На курсах іноземних мов здійснюється підготовка студентів КНТЕУ за програмою, яка створює умови для досягнення рівнів володіння мовою від А1 до С2 (відповідно до рекомендацій Комітету з питань освіти при Раді Європи щодо навчання іноземним мовам).

Навчання на курсах відбувається за модульною системою. Тематика модулів розробляється з урахуванням потреб студентів, відповідно до яких викладачі спеціально підбирають теми для спілкування, навчальні матеріали, обирають тип завдань та види діяльності.

Модулі курсів зосереджені на характерних щодо конкретної спеціалізації вміннях, ситуаціях та функціях для задоволення особливих потреб студентів, як наприклад:

- 1) вивчення іноземної мови для студентів першого року навчання, які не мають рівня знань, необхідного для подальшого навчання в КНТЕУ;
- 2) вивчення базової граматики іноземної мови;
- 3) підготовка до складання державного іспиту з іноземної мови;
- 4) підготовка до складання вступного випробування в магістеріум;

Заняття на курсах іноземних мов проводять висококваліфіковані викладачі кафедри сучасних європейських мов.

Навчання на курсах іноземних мов при Центрі іноземної ділової мови – платне.

Контингент слухачів формується відповідно до наповнення груп протягом навчального року.

Тривалість навчального курсу – 2 або 3 місяці; 10 днів (експрес-підготовка до державного іспиту).

За додатковою інформацією та для запису на курси іноземних мов звертатись до кімнати А-214, тел. (044) 531-48-79; кімнати Г-511, тел.(044) 531-47-43.

#### **4.13. Умови для занять спортом.**

В університеті створено належні умови для заняття фізичною культурою і спортом. Спортивно-масова та оздоровча робота проводиться на спортивній базі університету, до якої входять літній спортивний комплекс (футбольне поле, бігові доріжки, міні-футбольний, волейбольний та баскетбольний майданчики), ігрові манежі, зали: фітнесу, для груп фізичної реабілітації.

Заняття з фізичного виховання студентів університету здійснюються на секційних засадах за різними напрямками: футбол, баскетбол, волейбол, настільний теніс, бадмінтон, спортивна аеробіка, фітнес, атлетична гімнастика, дзюдо, самбо, плавання, боді-фітнес, загальна фізична підготовка, фізична реабілітація.

У збірних командах університету беруть участь майже 350 студентів, у тому числі 4 майстри спорту міжнародного класу, 39 майстрів спорту. Щороку проводиться Спартакіада університету з 13 видів спорту. Студенти беруть участь у міських, всеукраїнських та міжнародних змаганнях.

У КНТЕУ функціонують: сучасний стадіон із штучним покриттям, дві ігрові зали, тренажерний зал, зал боротьби. Працюють спортивні секції з футболу, волейболу, баскетболу, бадмінтону, настільного тенісу, пауерліфтингу, атлетичної гімнастики, аеробіки, фітнесу, боді-фітнесу, дзюдо-самбо.

#### **4.14. Позауніверситетська діяльність та дозвілля.**

Важливим напрямом організаційно-виховної роботи в університеті є участь студентів у традиційних заходах: День знань та посвята першокурсників у студенти, День туризму, Дебют першокурсника, День студента, фестиваль команд Ліги КВН КНТЕУ за Кубок Ректора, чемпіонат з брейн-рингу, Дні факультетів, Дні донора, студентський фестиваль «Барбекю» тощо.

В університеті працює культурно-мистецький центр, в якому діють творчі аматорські колективи: народний студентський камерний академічний хор, ансамбль народного танцю, студії сучасного танцю брейк-данс та «Light», студія вокалу та сучасної музики, театральна студія, команда КВН «Збірна КНТЕУ».

#### **4.15. Студентські організації.**

Громадське життя КНТЕУ насичене, багатогранне та різноманітне. В університеті на громадських засадах діють:

- рада студентського самоврядування університету, 5 рад студентського самоврядування на факультетах і 3 ради студентського самоврядування в гуртожитках;
- наукове товариство студентів, аспірантів та молодих вчених КНТЕУ;
- студентські дискусійні клуби та клуби за інтересами – «Правничий», «Підприємець», «Менеджер», «Луки Пачоллі», «Ревізор», «English club», «Експерт», «Товарознавець», «Туристичний», «Фінансист», «Рекламист», спортивний клуб «Меркурій», спілка консумеристів «ОСА»; Всеукраїнський рух «Молодь за права споживачів».
- Інформація щодо навчання студентів, дозвілля, занять спортом розміщується в газеті «Університет і час», журналі «Кіото, 19», на сайті університету (<http://www.knteu.kiev.ua>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «ВКонтакте», КНТЕУ TV.

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	2
<b>1. Інформація про заклад</b> .....	3
1.1. Назва та адреса .....	3
1.2. Академічний календар .....	3
1.3. Адміністрація закладу .....	3
1.4. Загальний опис закладу .....	4
1.5. Перелік програм, які пропонує заклад .....	6
1.6. Загальні вимоги до зарахування (процедури та умови зарахування) .....	9
1.7. Основні університетські правила .....	9
1.8. Присвоєння кредитів ЄКТС на основі навчального навантаження, необхідного для досягнення очікуваних результатів навчання .....	9
1.9. Інформація про консультативну допомогу студентам .....	9
1.10. Координатори ЄКТС від університету .....	9
<b>2. Інформація про ступеневі програми. Загальний опис</b> .....	10
2.1. Кваліфікація, що присвоюється .....	10
2.2. Вимоги та положення до кваліфікації .....	10
2.3. Ключові результати навчання (освітні і професійні цілі) .....	10
2.4. Доступ до подальшого навчання .....	11
2.5. Діаграма структури програми навчання в кредитах ЄКТС .....	11
2.6. Кінцеве екзаменування .....	14
2.7. Вимоги до екзаменування й оцінювання .....	14
2.8. Координатори ЄКТС від факультету .....	14
<b>3. Опис дисциплін</b> .....	15
<b>Практика</b> .....	85
<b>4. Загальна інформація для студентів</b> .....	85
4.1. Вартість проживання .....	85
4.2. Житло .....	85
4.3. Харчування .....	85
4.4. Медичне забезпечення .....	86
4.5. Можливості для студентів з особливими потребами .....	86
4.6. Страхування .....	87
4.7. Фінансове забезпечення студентів .....	87
4.8. Відділ кадрів (студентський стіл) .....	88
4.9. Умови для навчання .....	88
4.10. Міжнародні програми .....	90
4.11. Практична інформація щодо мобільності студентів .....	92
4.12. Мовні курси .....	97
4.13. Умови для занять спортом .....	97
4.14. Позауніверситетська діяльність та дозвілля .....	98
4.15. Студентські організації .....	98