

**Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет торгівлі та маркетингу**

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізації	«Маркетинг», «Рекламний бізнес»
Освітній ступінь	«бакалавр»

Київ 2019

ВСТУП

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

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

Кредит ЄКТС – одиниця вимірювання обсягу навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених (очікуваних) результатів навчання.

Обсяг одного кредиту ЄКТС становить 30 годин.

Навантаження одного навчального року за денною формою навчання становить, як правило, 60 кредитів ЄКТС.

Кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після успішного вивчення дисципліни, проходження виробничої практики та атестації за умови позитивного оцінювання досягнутих результатів навчання. Трансферу та накопиченню кредитів сприяє використання ключових документів ЄКТС.

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

Оцінювання результатів навчання студентів передбачає проведення таких контрольних заходів: вхідний, поточний та підсумковий контроль, атестація. Результати навчання студентів у КНТЕУ оцінюються за 100-бальною шкалою, де 60–100 балів – результати навчання, що дають студенту право здобути кредити ЄКТС, 0–59 балів – незадовільні результати навчання, що не дають студенту право здобути кредити ЄКТС. Оцінювання результатів навчання студента відображається у спосіб, який є загальнозрозумілим і може легко сприйматися в різних закладах освіти, для цього використовується довідник з розподілу оцінок КНТЕУ.

Довідник з розподілу оцінок КНТЕУ

Бали КНТЕУ	Відсоток балів відносно загальної кількості одержаних прохідних балів	Кумулятивний відсоток отриманих прохідних балів
90–100	20	20
82–89	10	30
75–81	20	50
69–74	10	60
60–68	40	100

1. Загальна інформація.

1.1. Назва та адреса.

Київський національний торговельно-економічний університет.

Адреса: вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156;

телефон (044) 513-33-48, (044) 531-47-41;

факс (044) 544-39-74.

Електронна пошта knute@knute.edu.ua

Офіційний сайт <https://knute.edu.ua/>

1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус).

Київський національний торговельно-економічний університет – один із найавторитетніших закладів вищої освіти України. Його історія бере початок з 1946 р. Указом Президента України у 2000 р. університету надано статус національного. У 2006 р. КНТЕУ приєднався до Великої хартії університетів.

Університет займає лідируючі позиції в системі національної вищої освіти, у 2018 р. – лідер за кількістю поданих заяв вступниками. За результатами вступної кампанії-2018, до КНТЕУ було подано 28 126 заяв. За популярністю серед вступників університет посідає: перше місце – серед економічних ЗВО країни, третє – серед столичних закладів вищої освіти. КНТЕУ входить до п'ятірки найпопулярніших ЗВО країни, підтверджуючи позиції лідера національної освіти, визнання та прихильність майбутніх студентів.

КНТЕУ – це 6 навчальних інститутів, 9 коледжів і 2 вищих комерційних училища, розташованих у 10 містах: Києві, Харкові, Вінниці, Чернівцях, Хмельницькому, Ужгороді, Коломиї, Бурштині, Житомирі та Одесі.

У базовому закладі в м. Києві функціонують 6 факультетів: міжнародної торгівлі та права; економіки, менеджменту та психології; фінансів та банківської справи; обліку, аудиту та інформаційних систем; ресторанно-готельного та туристичного бізнесу; торгівлі та маркетингу.

В університеті навчається близько 35 тис. студентів за 21 бакалаврськими та 17 магістерськими спеціальностями, 51 бакалаврськими (з них 2 англійською мовою викладання) та 50 магістерськими (з них 10 англійською мовою викладання) освітньо-професійними програмами.

КНТЕУ здійснює підготовку та підвищення кваліфікації фахівців із зовнішньої і внутрішньої торгівлі, економіки, міжнародних економічних відносин, публічного управління та адміністрування, фінансів і бан-

ківської справи, страхування, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, обліку й оподаткування, фінансового контролю та аудиту, менеджменту, маркетингу, журналістики, права, міжнародного права, туризму, готельного і ресторанного бізнесу, харчових технологій, психології, філології, соціології та ІТ-галузі: кібербезпеки, інженерії програмного забезпечення, комп'ютерних наук, системного аналізу.

В університеті створено сучасну базу для науково-дослідної роботи, розроблено унікальну методику для підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів: діє 15 освітньо-наукових програм підготовки докторів філософії, працюють 7 спеціалізованих вчених рад із захисту докторських та кандидатських дисертацій за 12 спеціальностями.

КНТЕУ має потужний науково-педагогічний колектив, здатний успішно вирішувати поставлені завдання, творчо працює над розв'язанням актуальних наукових проблем. Результати досліджень публікуються в наукових журналах «Вісник КНТЕУ», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», міжнародному науково-практичному журналі «Товари і ринки».

Частка викладачів з науковими ступенями доктора та кандидата наук становить 81 відсоток. Фахівці КНТЕУ беруть активну участь у розробці стратегічних напрямів забезпечення якості освіти, залучені до комісій МОН України, інших міністерств і відомств.

До складу КНТЕУ входять: Інститут вищої кваліфікації, Центр європейської освіти, Лабораторія дистанційного навчання, Центр розвитку кар'єри, Центр трансферу технологій, Центр педагогічних та психологічних досліджень, Вища школа педагогічної майстерності, Центр укладання договорів, Навчально-виробниче об'єднання, Центр бізнес-тренінгу, Науково-технічний центр сертифікації продукції, послуг та систем якості. На базі університету працює юридична клініка «Центр правового захисту», що надає безкоштовну правову допомогу. Інститут вищої кваліфікації (ІВК) забезпечує реалізацію концепції освіти протягом життя, підвищення кваліфікації, надає освітні послуги міжнародного рівня з підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних працювати в економічних умовах сьогодення й успішно конкурувати як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках праці (програми МВА, другої вищої освіти, перепідготовки та підвищення кваліфікації).

Вперше серед ЗВО України Система управління якістю КНТЕУ сертифікована на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO

9001:2015. Гармонійною її складовою є внутрішня система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.

Функціонують стандарти вищої освіти КНТЕУ як сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності за кожним рівнем вищої освіти в межах кожної спеціальності та спеціалізації.

Однією із вагомих переваг КНТЕУ є матеріально-технічна база європейського рівня. Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, лабораторії – необхідним устаткуванням. Загалом в університеті налічується 50 комп'ютерних кабінетів. Функціонує бібліотечний комплекс з електронним обслуговуванням читачів. Для студентства створені сприятливі соціально-побутові умови: 6 гуртожитків, 7 кафетеріїв та 5 їдалень, медпункт, пральня та інші побутові пункти. До послуг студентів спортивний комплекс, до якого входять футбольне поле зі штучним покриттям, майданчики для спортивних ігор у баскетбол, волейбол, настільний теніс тощо та тренажерні зали. Студенти та співробітники мають змогу відпочивати на базах університету на узбережжі Чорного моря.

КНТЕУ укладено численні угоди про творчу науково-технічну співдружність та співпрацю у сфері підготовки спеціалістів за усіма спеціальностями, зокрема з Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, Міністерством фінансів України, Міністерством закордонних справ України, Державною фіскальною службою України, Державною казначейською службою України, Антимонопольним комітетом України, Державною аудиторською службою України, Пенсійним фондом України, Рахунковою палатою, Національним банком України та іншими органами виконавчої влади, провідними комерційними банками, торговельними та готельно-ресторанними мережами, рекламними агентствами, логістично-розподільчими центрами та іншими організаціями й установами.

Встановлені та підтримуються творчі зв'язки з більш ніж 100 закладами вищої освіти, міжнародними центрами та установами з 30 країн світу. Здійснюється обмін викладачами, студентами, виконуються міжнародні проекти щодо інтеграції вищої освіти, вдосконалення освітніх програм різних ступенів підготовки та перепідготовки спеціалістів, студенти проходять практику у шести зарубіжних країнах.

Університет – член престижних міжнародних організацій: Міжнародної асоціації університетів, Університетської агенції франкофонії, Міжнародної асоціації товарознавства, інновацій та сталого розвитку, Асоціації передових університетських вищих шкіл бізнесу,

Міжнародної асоціації вищих і середніх спеціальних навчальних закладів торгівлі та споживчої кооперації, Всесвітньої асоціації рекреації та відпочинку.

Серед випускників університету – відомі громадські діячі, керівники органів державної влади та управління, організацій і підприємств, дипломатичні працівники та науковці, бізнесмени.

1.3. Академічні органи.

**Мазаракі
Анатолій
Антонович** Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки та лауреат Премії Кабінету Міністрів України за розроблення і впровадження інноваційних технологій.

**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.

**Мельниченко
Світлана
Володимирівна** Проректор з наукової роботи, доктор економічних наук, професор.

**Сай
Валерій
Миколайович** Проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, кандидат економічних наук, доцент, дипломатичний радник I класу.

**Вовк
Галина
Миколаївна** Проректор з адміністративно-господарської роботи.

1.4. Академічний календар.

Початок навчальних занять – 1 вересня.

Завершення навчальних занять – 30 червня.

Освітній процес здійснюється за семестрами.

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

1.5. Перелік запропонованих освітніх програм.

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
03 Гуманітарні науки	035 Філологія	Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська	–	–
05 Соціальні та поведінкові науки	051 Економіка	Цифрова економіка (Digital economics)	051 Економіка	Цифрова економіка (Digital economics)
		Міжнародна економіка		Міжнародна економіка
		International economics - англійська		International economics - англійська
		Економіка бізнесу		Економіка та безпека бізнесу
		Економіка торгівлі		Фінансовий менеджмент
		Економіка галузевих ринків		Financial management - англійська
	053 Психологія	Практична психологія	053 Психологія	Психологія
054 Соціологія	Соціологія економічної діяльності	–	–	
06 Журналістика	061 Журналістика	Реклама і зв'язки з громадськістю	061 Журналістика	Реклама
07 Управління та адміністрування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі
		Фінансовий контроль та		Облік і податковий консалтинг
				Фінансовий контроль та аудит

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
			аудит	
072 Фінанси, банківська справа та страхування		Державні та муніципальні фінанси	072 Фінанси, банківська справа та страхування	Державні та муніципальні фінанси
		Податкова справа		Міжнародні фінанси
		Банківська справа		Банківська справа
		Управління державними фінансовими ресурсами		Державний аудит
		Фінансове посередництво		Фінансове посередництво
		Страховання		Financial intermediation - англomовна
		Корпоративні фінанси		Страховання
				Фінансове брокерство
073 Менеджмент		Менеджмент зовнішньо-економічної діяльності	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньoeкономічної діяльності
		Management of foreign economic activiti – англomовна		Management of foreign economic activiti - англomовна
		Управління бізнесом		Управління бізнесом
		Торговельний менеджмент(Trade management)		Торговельний менеджмент
		Менеджмент персоналу (HR management)		Trade management - англomовна
		Промисловий менеджмент (Industrial management)		Менеджмент персоналу (HR management)
		Готельний і ресторанний менеджмент		Готельний і ресторанний менеджмент
		Туристичний менеджмент		Hotel and Restaurant management - англomовна
			Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент	

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
				Tourist and resort-rekreatiонаl management - англoмoвнa
		Управління в сфері економічної конкуренції		Управління в сфері економічної конкуренції
	075 Маркетинг	Маркетинг	075 Маркетинг	Маркетинг менеджмент (Marketing management)
		Рекламний бізнес		Рекламний бізнес
				Бренд-менеджмент
	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Цифровий маркетинг (Digital marketing)	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Організація оптової та роздрібної торгівлі
		Оптова і роздрібна торгівля		Товарознавство і комерційна логістика
		Товарознавство і комерційна логістика		Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі
		Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі		Митна справа
		Митна справа		Customs - англoмoвнa
		Логістична діяльність		Логістика та управління ланцюгами постачання
		Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management)		Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management)
08Право	081 Право	Комерційне право	Комерційне право	
			Фінансове право	Фінансове право
			Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності	Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
		Цивільне право і процес		Цивільне право і процес
12 Інформаційні технології	121 Інженерія програмного забезпечення	Інженерія програмного забезпечення (Software Engineering)	121 Інженерія програмного забезпечення	Інженерія програмного забезпечення (Software Engineering)
	122 Комп'ютерні науки	Комп'ютерні науки	122 Комп'ютерні науки	Комп'ютерні науки
	124 Системний аналіз	Інформаційні технології та бізнес-аналітика (Data Science)	–	–
	125 Кібербезпека	Безпека інформаційних і комунікаційних систем в економіці	–	–
18 Виробництво та технології	181 Харчові технології	Технологія та організація ресторанного бізнесу	181 Харчові технології	Ресторанні технології та бізнес
				Інноваційні технології в ресторанному бізнесі
				Крафтові технології
24 Сфера обслуговування	241 Готельно-ресторанна справа	Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельний девелопмент
				Міжнародний готельний бізнес
				International hotel business - англomовна
				Лакшері менеджмент (Luxury management)
	242 Туризм	Міжнародний туризм	242 Туризм	Міжнародний туристичний бізнес
				International tourist business - англomовна
	Економіка і організація туризму		Міжнародний івент-менеджмент в туризмі	

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
28 Публічне управління та адміністрування	281 Публічне управління та адміністрування	Публічне управління та адміністрування	281 Публічне управління та адміністрування	Публічне управління та адміністрування
29 Міжнародні відносини	292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес	292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес
		Міжнародна торгівля		
		Міжнародний маркетинг		
	293 Міжнародне право	Міжнародне право	293 Міжнародне право	Міжнародне право

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

Інформація щодо умов прийому на навчання за освітнім ступенем «бакалавр» та «магістр» розміщена на сайті Київського національного торговельно-економічного університету:

<https://knute.edu.ua/file/MTk=/9d458f13097f28af96cc48f2d7e0d679.pdf>

1.7. Механізми для визначення кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального).

Механізми для визначення кредитної мобільності та попереднього навчання здійснюються відповідно до Закону України «Про освіту», Закону України «Про вищу освіту», [Положень «Про організацію освітнього процесу студентів»](#), [«Про порядок реалізації права на академічну мобільність у КНТЕУ»](#) та угод про навчання за умовами академічної мобільності.

Визначення кредитної мобільності здійснюється на основі таких документів:

- каталог курсу;
- угода про навчання;
- академічна довідка;
- сертифікат про навчальну практику.

За умовами кредитної мобільності студенту перезараховуються всі кредити, які він здобув поза місцем основного навчання, що є компонентами освітньої програми.

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

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

КНТЕУ розподіляє кредити між навчальними дисциплінами самостійно. Кредити розподіляються на всі дисципліни, що вивчає студент, виробничу практику, виконання випускних кваліфікаційних проектів (робіт), атестацію. Кредити присвоюються після закінчення вивчення дисципліни за умови успішного складання підсумкового контролю, проходження виробничої практики та атестації.

1.9. Механізми академічного управління.

Механізми академічного управління у КНТЕУ визначені у положеннях:

- [Про організацію освітнього процесу студентів](#);
- [Про дистанційне навчання у КНТЕУ](#);
- [Про порядок реалізації права на академічну мобільність у КНТЕУ](#);
- [Про індивідуальний навчальний план студента КНТЕУ](#);
- [Про самостійну роботу студентів і аспірантів КНТЕУ](#);
- Про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у КНТЕУ;
- [Про проведення практики студентів у КНТЕУ](#);
- [Про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів](#);
- [Про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів КНТЕУ](#);
- [Про випускний кваліфікаційний проект \(роботу\)](#);
- [Про атестацію](#) здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у КНТЕУ;
- [Про процедуру і підстави для видачі документів про вищу освіту державного зразка у КНТЕУ](#);
- [Про систему рейтингового оцінювання діяльності студентів КНТЕУ](#);
- [Про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами освіти КНТЕУ](#).

2. Ресурси та послуги.

2.1. Відділ обліку студентів.

У відділі обліку студентів університету зберігаються особові справи, документи про освіту, трудові книжки студентів, які навчаються

в університеті. Основними завданнями працівників відділу обліку студентів 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;
- 5) ведення військового обліку військовозобов'язаних та призовників;
- 6) видача довідок форми ф.17 для райвійськкоматів;
- 7) оформлення особових карточок форми П-2;
- 8) прийом студентів пільгової категорії.

2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання.

На території студентського містечка є чотири гуртожитки, розташовані за 5 хв ходи від головного навчального корпусу та за 15 хв від станцій метро «Лісова» та «Чернігівська». До центру міста (вул. Хрещатик) можна доїхати за 30 хв. Поблизу університету є лісопаркова зона та парк «Кіото». Ще один гуртожиток розташований за адресою: вул. Лобачевського, 23 (за 20 хвилин від головного навчального корпусу).

У гуртожитках є кімнати на 3, 4, 5, 6 ліжко-місць, кухні на кожному поверсі, санвузли, а також централізована пральня.

Студенти з інших міст поселяються до гуртожитків згідно зі списком, сформованим приймальною комісією і переданим до дирекції студмістечка. Між університетом і студентом укладається контракт на право проживання студента в гуртожитку, в якому встановлені права і обов'язки мешканців та відповідальність обох сторін.

Адреси гуртожитків:

- № 1 – вул. Д. Мілютенка, 8, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-49-05, (044) 531-49-67;
- № 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.
- № 6 – вул. Лобачевського, 23, м. Київ, 02090;
тел. (044) 574-15-46, 574-16-83

2.3. Харчування.

В університеті працюють п'ять сучасних їдалень: у корпусах Б, Д, Е, Л та Н (вул. Чигоріна 57а). У кожній з них є можливість якісно та збалансовано харчуватися за помірними цінами, зокрема у кафе-їдальні «Венеція» (у корпусі Б) представлені страви італійської кухні.

Середня вартість сніданку в їдальні університету становить від 25 до 35 грн; обіду – від 35 до 45 грн; вечері – від 25 до 35 грн.

Щодня в усіх навчальних корпусах працюють кафе, де також можна придбати страви власного виробництва: основні страви (більше 60 видів), гарніри (більше 40 видів), холодні страви (більше 50 видів), холодні та гарячі напої, свіжі кондитерські вироби та десерти, вироблені у власному кондитерському цеху (більше 90 видів). У навчальних корпусах, гуртожитках працюють торговельні автомати з гарячими та холодними напоями, кондитерськими виробами.

2.4. Вартість проживання.

Вартість проживання у гуртожитках КНТЕУ встановлюється у розмірі 40 відсотків від розміру мінімальної академічної стипендії.

2.5. Фінансова підтримка для студентів.

2.5.1. Стипендіальне забезпечення студентів.

Студентам денної форми навчання, які навчаються коштом державного бюджету, за результатами семестрового контролю на підставі рейтингу успішності призначається академічна стипендія.

Студентам першого року навчання на перший семестр академічна стипендія призначається відповідно до рейтингу за результатами конкурсних балів під час вступу до КНТЕУ.

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

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

Призначення і виплата стипендії студентам, які є іноземними громадянами та особами без громадянства, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України, постанов та розпоряджень Кабінету Міністрів України. Студентам-іноземцям, які вступили до КНТЕУ на навчання відповідно до міжнародних договорів,

академічна стипендія призначається до першого семестрового контролю в мінімальному розмірі.

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.

Студентам пільгових категорій, визначених законами України та постановами Кабінету Міністрів України (студентам з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, студентам з інвалідністю, студентам з малозабезпечених сімей, постраждалим від аварії на ЧАЕС, учасникам бойових дій та їх дітям, внутрішньо переміщеним особам тощо) призначаються соціальні стипендії.

Розмір академічних та соціальних стипендій встановлюється відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про розміри стипендій у державних та комунальних навчальних закладах, наукових установах» від 28 грудня 2016 р. № 1047.

2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках.

Студентам пільгових категорій, визначених законами України та постановами Кабінету Міністрів України (студентам з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасникам бойових дій та їх дітям, внутрішньо переміщеним особам тощо), надаються пільги з оплати за проживання у гуртожитках.

2.5.3. Фінансове забезпечення студентів з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

Особи з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, а також особи, які під час навчання у віці від 18 до 23 років залишилися без батьків, зараховуються на повне державне утримання та отримують компенсацію на харчування та інші виплати, передбачені чинним законодавством.

2.6. Медичні послуги.

На території студентського містечка функціонує медичний пункт, де працюють дільничний терапевт, медична сестра та 2 фельдшери, які здійснюють прийом студентів, профілактичні щеплення, маніпуляційні процедури, проводять санітарно-просвітницьку роботу.

Медичне обслуговування іноземних громадян, які тимчасово перебувають на території України, здійснюється у державних та кому-

нальних закладах охорони здоров'я за власні кошти іноземця, у тому числі за договорами медичного страхування зі страховиками України.

2.7. Страхування.

Медична допомога надається іноземцям або особам без громадянства відповідно до вимог, установлених законодавством 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, в тому числі екстрену, до будь-якого державного або комунального закладу охорони здоров'я.

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

У разі необхідності університет сприяє оформленню медичного полісу з надання медичної допомоги.

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

В університеті створені сприятливі 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 ліфтом для осіб з обмеженими фізичними можливостями;
- у навчальному корпусі Д, актовій залі Конгрес-центру (корпус В), гуртожитках № 2, 4 є пандуси для заїзду візків;
- у гуртожитках № 2, 4 спеціально обладнані кімнати для осіб з обмеженими фізичними можливостями (туалет та ванна обладнані спеціальними поручнями);
- сходові майданчики обладнані поручнями;
- в університеті кнопки виклику ліфта, світлові вимикачі розміщені на рівні доступу сидячої людини.

Для забезпечення їх соціальної адаптації надається психологічна підтримка практичних психологів.

Студенти з особливими потребами регулярно отримують матеріальну допомогу. Університет забезпечує надання соціальних пільг окремим категоріям студентів, які гарантовані державою.

2.9. Навчальне обладнання.

Бібліотека КНТЕУ є науковим, інформаційно-навчальним, культурно-освітнім структурним підрозділом університету з універсальними фондами документів. Основна мета діяльності бібліотеки – активне сприяння розробці та впровадженню перспективних навчальних технологій, створення умов для ефективної наукової роботи та організації навчального процесу. Ректорат університету сприяє заходам щодо розширення інформаційних ресурсів у бібліотеці, створення доступності та зручності у користуванні книжковим фондом. Фонди бібліотеки є універсальною базою для навчального процесу і наукових досліджень у сфері економіки торгівлі, економіки й фінансів, менеджменту та бізнесу тощо. Це один з основних інформаційних ресурсів бібліотеки КНТЕУ, який становить 1 млн 244 тис. примірників книг, періодичних видань, дисертацій та авторефератів, видань на електронних носіях. Щорічне поповнення фонду документів бібліотеки – понад 6000 примірників. Придбання періодичних видань України та зарубіжних країн – понад 100 назв.

Бібліотека має сучасну матеріально-технічну базу. Встановлено 90 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, SMART-бібліотека, коворкінг-центр “KNUTENUB”, мультимедійна бібліотека, зал іноземної літератури, зал карткових та електронних каталогів, зал нових надходжень літератури, МБА, спеціальні сектори – сектор методичних видань КНТЕУ, зал дисертацій та авторефератів.

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

В університеті відкрито SMART-бібліотеку. Це відкритий простір, зонований для читання, проведення лекцій, майстер-класів,

презентацій і зручної роботи відвідувачів з комп'ютерами, шоломами віртуальної реальності та власними гаджетами, а також для відпочинку та інтелектуальних настільних ігор.

SMART-бібліотека пропонує різні напрямки діяльності для проведення навчання та має усі технічні можливості для креативного проведення часу молоді. Тут можна прийти почитати книжку, попрацювати на комп'ютері або зі своїм гаджетом, провести конференцію або лекцію, використовуючи SMART-WALL або плазмову панель, зануритися у віртуальну реальність за допомогою спеціальних VR-окулярів. Використання технологій віртуальної реальності допоможе студентам пристосовуватись до процесів, моделей і теорій, які постійно ускладнюються, та оперувати великою кількістю інформації й новими способами її подання. Власне, саме поняття smart має на увазі більш швидку відповідь на вимоги економіки і світу.

SMART-бібліотека – це простір для спілкування, де можна обмінюватися ідеями, здобувати та поширювати нові знання. Новий зал бібліотеки з його комфортабельними зонами для індивідуальної і спільної роботи, з наданням доступу до різних джерел інформації, облаштований новітнім обладнанням, буде включено в активне життя університету.

В КНТЕУ відкрили сучасний коворкінг-центр “KNUTENUB”. У ньому студенти та викладачі зможуть проводити лекції або практичні заняття, а також відпочивати у вільний час. Користування ресурсами центру є безкоштовним для студентів та працівників вишу.

Новостворений коворкінг об'єднує 6 різних зон - 3 робочі зони, залу відпочинку, конференц-залу та зону для переговорів. Наприклад, локація для зустрічей дозволяє проводити презентації, лекції та майстер-класи для 70 учасників. Вона облаштована проектором, аудіосистемою та фліпчартом. Еко-зона призначена для відпочинку, читання книжок, роботи з планшетами та ноутбуками.

Коворкінг-центр містить усе необхідне для комфортної роботи, а також сприяє неформальному спілкуванню та відпочинку.

Мультимедійна бібліотека надає інформаційні послуги щодо напрямів навчальної та наукової роботи університету та сприяє використанню інтернет-ресурсів як освітнього потенціалу. До послуг користувачів представлено фонд мультимедійних документів навчально-пізнавального значення на різних носіях (CD та DVD-дисках, відеокасетах тощо). Формується повнотекстова база даних електронних навчальних посібників і програм, методичних вказівок та праць

викладачів КНТЕУ. Також у мультимедійній бібліотеці відкрито вільний доступ до веб-сайтів вітчизняних і зарубіжних бібліотек, електронних інформаційних ресурсів України й зарубіжних країн та міжнародних проектів. Мультимедійна бібліотека обладнана сучасними комп'ютерами, що під'єднані до мережі Інтернет.

Мультимедійна бібліотека надає можливість переглянути документи в електронному повнотекстовому вигляді та скопіювати (в разі потреби). Також містить базу даних електронних навчальних посібників, навчальних програм та інших джерел інформації. Обладнана 20 комп'ютерами, пристроями для зчитування CD- та DVD-ROM, а також містить базу даних електронних навчальних посібників, навчальних програм та інших джерел інформації.

Мультимедійна бібліотека, крім повнотекстових баз даних з Інтернету, укомплектована фондом документів на електронних носіях. Мережні локальні ресурси (навчально-методичні видання) становлять 4695 примірників. Документи на змінних носіях – 6166 примірників. Мультимедійною бібліотекою щомісяця здійснюється електронне інформування структурних підрозділів КНТЕУ щодо нових надходжень та текстових баз даних. Бібліотека університету має такі бази даних документів:

- АБІС«УФД/Бібліотека».
- Реферативна база даних SCOPUS.
- Повнотекстова база інформаційного ресурсу компанії «EBSCO PUBLISHING».
- Російська наукова електронна бібліотека (e-library.ru).
- База даних економіки та права (Polpred.com).
- Нормативні акти України –база законодавчих та нормативних актів України.
- Відкриті архіви України (oai.org.ua).
- «Товарний монітор»– тижневик огляду ринків (видавництва «Держзовнішінформ»).
- Країни світу (Українське національне інформгентство «Укрінформ»).
- Комплекти навчально-методичного забезпечення КНТЕУ.
- Видання КНТЕУ(архів): «Вісник КНТЕУ», «Товари та ринки», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право».
- Фонд аудіо-відео-фотоматеріалів КНТЕУ.

Сайт бібліотеки КНТЕУ (www.lib.knteu.kiev.ua) надає повну інформацію про бібліотеку, її фонди та послуги, електронний каталог та інші електронні ресурси (наукометричні, бібліографічні, повно-

текстові бази даних). Читачеві доступні також інструкції з пошуку, рекламна та пізнавальна інформація для користувачів, віртуальні книжкові виставки, 3D-екскурсії, звіти про заходи, що проходять у бібліотеці. Пошук документів, складання списків документів та надсилання їх на власну електронну адресу можна здійснювати з мобільних пристроїв (смартфонів та планшетів з операційною системою Android) за допомогою мобільного додатку з використанням QR-коду. Веб-сайт надає бібліотеці можливість охопити значну кількість користувачів, ефективно з ними комунікувати позитивний імідж.

Формування інформаційної культури користувачів бібліотеки (науковців, викладачів, аспірантів, студентів тощо) – важлива частина роботи бібліотеки. Діяльність бібліотеки спрямована на забезпечення загальнодоступності та оперативності отримання інформації. Для студентів перших курсів організовуються заняття з основ бібліотечно-бібліографічних знань у вигляді лекцій, практичної роботи та екскурсій по бібліотеці. Велика увага приділяється вмінню здійснювати пошук документів в електронному каталозі бібліотеки.

Впровадження нових технологій дає змогу бібліотеці значно розширити інформаційне забезпечення користувачів, що впливає на якість навчального процесу. Співпраця зі структурними підрозділами КНТЕУ (факультети, кафедри, наукові та службові відділи) з метою поліпшення використання бібліотечних фондів та інформаційних ресурсів, багатоаспектний книжковий фонд, комп'ютерна мережа бібліотеки, довідково-інформаційний апарат, бібліотечні інновації, впровадження прогресивних технологій, досвідчені професійні кадри, вдосконалення організації і нормування праці, сучасні дизайн, технічне обладнання та максимальна автоматизація виробничих процесів бібліотеки сприяють успішній роботі та якісному обслуговуванню користувачів.

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 відділу іноземної літератури: усі читачі – один місяць (з можливістю продовження терміну користування);
 - абонемент художньої літератури: усі читачі – 21 день.
- Режим роботи бібліотеки: понеділок – п'ятниця 09:00–17:45.

Завідувач бібліотеки КНТЕУ – Л.С. Шестопалова.

Заступник завідувача бібліотеки КНТЕУ – В.Г. Зубарева.

Матеріально-технічна база. Для потреб навчального процесу всі кафедри забезпечено необхідною комп'ютерною технікою, парк якої нараховує більше 2000 ПК, функціонують: 44 комп'ютерні класи, 10 інтерактивних комплексів, 45 мультимедійних проекторів, 6 мультимедійних трибун, 42 персональних мультимедійних комплектів та 6 пересувних мультимедійних засобів, обладнано 40 великих лекційних аудиторій технічними засобами для презентацій, 10 аудиторій – великими світлодіодними екранами, а це 60 одиниць комп'ютерної техніки: «Самотур», «3D Studio max», «Fidelio».

Отримано безкоштовно підписку на MSOffice 365 – 1 000 000 ліцензій.

2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами.

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.

Програми навчання Центру європейської освіти КНТЕУ

ЗВО–партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
Університет Клермон-Овернь (<i>Université Clermont-Auvergne</i>) Університетська школа менеджменту Клермон-Ферран, Франція	Licence (бакалавр)	• Менеджмент	1 рік	Очна	Французька	– Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 2–3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	• Операційний менеджмент • Менеджмент малих і середніх підприємств	2 роки			– Знання французької мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Вища паризька школа	Master (магістр)	• Менеджмент	2 роки	Очна	Англійська, фран-	– Знання мови – рівень B2,

ЗВО–партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
комерції (<i>ESCPEurope</i>) Париж, Франція					цузька	– диплом бакалавра
Університет Парі Ест Кретей (<i>Universite Paris-EstCreteil</i>) Інститут адміністрування підприємств Густава Ейфеля Париж, Франція	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> • Управління підприємствами • Бухгалтерський облік, контроль, аудит 	1 рік	Очна	Французька	– Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ
		<ul style="list-style-type: none"> • Міжнародний менеджмент 			Англійська	– Знання англійської мови – рівень B2, – щонайменше 3 роки, – навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту 			Французька	– Знання англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент організацій • Маркетинг • Фінанси • Бухгалтерський облік, контроль, аудит 	1–2 роки	Французька		– Знання французької мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра	
Бізнес-школа «Audencia» Нант, Франція	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент 	1,5 року	Очна	Французька, англійська	– Знання мови – рівень B2, – диплом бакалавра
Університет Гренобль Альпи (<i>Université</i>	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> • Економіка і управління 	1 рік	Дистанційна	Французька, англійська	– Знання французької, англійської мов – рівень

ЗВО–партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
Grenoble Alpes) Економічний факультет Гренобль, Франція						В1–В2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент • Фінанси • Маркетинг 	2 роки	Очна	Французька	<ul style="list-style-type: none"> – Знання французької мови, – рівень В2–С1, – диплом бакалавра
Університет Центрального Ланкаширу (University of Central Lancashire) Престон, Великобританія	Школа мов, літератури та міжнародних досліджень		Тематичні тижні на вибір (липень–серпень)	Очна	Англійська	– Знання англійської мови – мінімальний рівень В1
	Літня школа з вивчення англійської мови					
	Бізнес-школа Ланкаширу (з 2016 р.)		1 рік			– Знання англійської мови – рівень В2/С1, – диплом бакалавра
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Міжнародний бізнес та менеджмент • Фінанси та інвестиції • Маркетинг 				

2.11. Обов’язкові та вибіркові «вікна мобільності».

«Вікно мобільності» (ВМ) – це період, передбачений для міжнародної мобільності студентів. Обов’язкові ВМ обмежені термінами початку та закінчення семестру (за семестрової мобільності) або навчального року при річній або кількарічній (магістеріум) мобільності. Вибіркові ВМ мають місце при транскордонному (дистанційному) навчанні, коли періоди такого навчання визначаються закордонним партнером залежно від різних факторів.

2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього).

На сьогодні всі зазначені у п. 2.10 програми реалізуються на основі подвійного дипломування, тобто шляхом паралельного або послідовного навчання у КНТЕУ та у закордонному вищій-партнері.

2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.

Університетом укладені договори про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти, в межах яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів

Франція	Університет Клермон-Овернь
	Бізнес-школа «Ауденсія»
	Університет Гренобль Альпи
	Університет Парі-Ест Кретей
	Вища паризька школа комерції (ESCP)
	Федерація «Обмін Франція-Україна»
	Університетське агентство Франкофонії – AUF
Великобританія	Університет Центрального Ланкаширу
Польща	Краківський економічний університет
	Познанський університет економіки і бізнесу
	Вроцлавський економічний університет
	Щецинський університет
Німеччина	Університет Хоенхайм
	Бамбергський університет
	Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт
Болгарія	Варненський економічний університет
	Софійський університет ім. Святого Климента Охридського
	Університет Західної Аттики

У рамках реалізації Проекту Erasmus+ №574273-EPP-1-2016-1-AM-EPPKA2-SVHE-SP «Стимулювання інтернаціоналізації досліджень шляхом запровадження системи забезпечення якості третього рівня вищої освіти у відповідності до європейських вимог» СЗQA було створено Консорціум за участі таких структур:

Вірменія	Фонд «Французький Університет Вірменії»
	Міністерство освіти та науки Республіки Вірменія
	Фонд «Національний центр забезпечення якості професійної освіти»
	Державна академія мистецтв Вірменії
	Єреванський державний університет
Франція	Вища Рада з оцінки наукових досліджень та вищої освіти
	Університет Клермон-Ферран 1
	Університет Жана Мулена Ліон 3
Казахстан	Незалежне агентство забезпечення якості освіти Казахстану
	Гуманітарно-Юридичний Університет Казахстану (КАЗГЮУ ім. М.С. Нарикбаєва)

	Південно-Казахстанський Державний Університет ім. М.Ауезова
	Міністерство освіти та науки Казахстану
Монголія	Міністерство освіти та науки Монголії
	Національна Рада Монголії з акредитації освіти
	Національний Університет Монголії
	Університет Отгонтэнгэр
Польща	Університет ім. Яна Кохановського в м.Кельце
Іспанія	Університет Алькали
Україна	Київський національний торговельно-економічний університет
	Міністерство освіти та науки України
	Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Міжнародні програми і проекти в рамках Еразмус+

Перелік навчальних закладів
Університет Парі-Ест Кретей
Університет Центрального Ланкаширу
Краківський економічний університет
Щецинський університет
Бамбергський університет
Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт
Варненський економічний університет
Софійський університет ім. Святого Климента Охридського
Університет Західної Аттики
Європейський університет у Республіці Македонія

2.14. Мовні курси.

Центр європейської освіти КНТЕУ здійснює підготовку з англійської та французької мови за програмою інтенсивного навчання, яка створює умови для досягнення рівнів володіння іноземною мовою від А1 до В2 (відповідно до Рекомендацій Комітету з питань освіти при Раді Європи щодо навчання іноземним мовам).

Заняття на курсах іноземних мов проводять висококваліфіковані викладачі з практичним досвідом викладання. Навчання 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.

Контингент слухачів формується на початку навчального року. Записатися на програми вивчення іноземної мови можуть студенти

та випускники усіх факультетів, а також викладачі та співробітники КНТЕУ. Вартість навчання залежить від рівня навчальної програми та кількості навчальних годин.

Випускники Центру європейської освіти, які оволоділи іноземною мовою рівнів B1–B2, мають можливість здавати екзамен на отримання міжнародних мовних сертифікатів (DELFDALF, IELTS, ESOL) і взяти участь у різних формах міжнародної академічної мобільності в рамках угод про співробітництво з європейськими ЗВО – партнерами КНТЕУ.

За додатковою інформацією та для запису на курси іноземних мов звертатися до Центру європейської освіти – навчальний корпус Д, кімната 229, тел. (044) 531-48-36.

2.15. Можливості для проходження практики.

Для забезпечення практичної підготовки студентів та їх успішного працевлаштування університет встановлює різні форми співробітництва з організаціями, профільними державними установами, фінансовими структурами, установами банківської сфери, судовими інституціями, підприємствами сфери торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу, страхового бізнесу на підставі укладених договорів про підготовку спеціалістів, угод про співпрацю, двосторонніх договорів співдружності, договорів про проходження практики студентів, що створюють умови для реалізації програм практики та забезпечують виконання у повному обсязі вимог передбачених Положенням про проведення практики студентів, Порядком організації практики студентів за кордоном та Порядком стажування на підприємствах, в установах та організаціях студентів Київського національного торговельно-економічного університету, які здобули освіту за освітнім ступенем «бакалавр», «молодший бакалавр».

Київський національний торговельно-економічний університет підтримує партнерські відносини більш ніж з **350 стейкхолдерами**. Партнерами університету є органи державної та місцевої влади, організації, відомства, служби, на базі яких проходить практика студентів з подальшим працевлаштуванням, переважна кількість з них є **партнерами освітніх програм, а саме:** Міністерство економічного розвитку та торгівлі України; Міністерство соціальної політики України; Міністерство закордонних справ України; Міністерство інфраструктури України; Міністерство фінансів України, Державна фіскальна служба та її структурні підрозділи; Державна казначейська служба України; Рахункова палата України; Пенсійний фонд України; Державна аудиторська служба України; Національний банк України;

Національна комісія з державного регулювання у сфері ринків фінансових послуг України; Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України; Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів; Вищий Господарський Суд України; апеляційні суди України; Антимонопольний комітет України; Департамент кіберполіції Національної поліції України; Національне агентство України з питань державної служби; Головне територіальне управління юстиції у місті Києві; Національна академія наук України; Національна академія державного управління при Президентові України; Союз промисловців та підприємців України; Українська спілка підприємців малих, середніх та приватизованих підприємств; профільні комітети Верховної Ради України; Інститут психології НАПН України; Незалежна асоціація банків України; Українська спілка автомобільного транспорту та логістики; Асоціація «УКРЗОВНІШТРАНС»; Громадська спілка «Український кулінарний союз» та інші.

Також університет має угоди про партнерство з комерційними компаніями, такими як: Microsoft Україна, «EPAMSystems Україна», групою компаній «BGSSolutions», ТОВ «БЕЙКЕР ТІЛЛІ Україна», ТОВ «Ернст енд Янг», ТОВ «Консалтингова компанія «Голден Траст», ТОВ «Грант Торнтон Легіс», ТОВ «КрестонДжі Сі Джі Аудит», ТОВ «ТВІГА ГРУПА Україна», ТОВ «АСНільсен Юкрейн», ТОВ «ХЕДХАНТЕР», ТОВ «Прем'єр Інтернешнл», ВАТ «Готель «Прем'єр Палац», «Президент-готель», ТОВ «ІНТЕР-ГОТЕЛЬ», ТОВ «11 MIPPOPC OTEЛЬ», заміським клубом «Трипільське сонце», ТОВ «Інтерн» (готель «Опера»), ТОВ «ЮКА» (готель «Хрещатик»), ТОВ «ДБІ Хотелз енд резортс (готель «Romada Encore Kiev»), ПрАТ «Нові Інжинірингові Технології» (готель «Хаятт Рідженсі Київ»), ТОВ «Гранд менеджмент» (готель «Фермонт»), ТОВ «ХОТЕЛ ПРОПЕРТІ» (готель «Либідь»), ТОВ «Рейкарц Хотел Менеджмент», ТОВ «Трепел профешнл групп», ТОВ «Музенідіс Тревел Україна», ТОВ «Корал тревел», ТОВ «Джоін Ап», «TUI», ТОВ «Мережа Козирна Карта» ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ПАТ «Універмаг «Дитячий світ», ТОВ «Лореаль Україна», ТОВ «Укртекстиль», ТОВ «Сільпо-фуд», ТОВ «Епіцентр-К», ТОВ «Рітейл тренд» (Фуршет), ТОВ «ЕКО», ТОВ «ДЦ Україна», ТОВ «ДТЕК», ПрАТ «Філіп Морріс Україна», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «ОТП БАНК», ПАТ «Кредобанк», ПАТ «Креді Агріколь Банк», Пат «Перший Український Міжнародний Банк», АТ «Ощадбанк», Пат «Укрсоцбанк», АТ КБ «ПриватБанк» ін.

Така кількість партнерів значно розширила можливості для походження практики здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів.

2.16. Навчання на робочому місці.

Університет сприяє забезпеченню можливостей навчання студентів на робочому місці, підтримуючи навчальні проекти компаній, які містять програми для розвитку ділової грамотності, трудових навичок, професійних компетентностей, спрямованих на підвищення фаховості випускників.

2.17. Умови для занять спортом і відпочинку.

Важливим напрямом організаційно-виховної роботи в університеті є участь студентів у традиційних заходах: День університету, День знань та посвята першокурсників у студенти, Міжнародний день студента, Дебют першокурсника, Міс і Містер КНТЕУ, дні факультетів, дні донора, чемпіонат з інтелектуальних ігор «Брейн-ринг» та «Своя гра», фестиваль команд Ліги КВК КНТЕУ за Кубок Ректора тощо.

В університеті діє культурно-мистецький центр, в якому функціонують творчі аматорські колективи: Народний студентський камерний академічний хор, студія сучасного танцю «Light», студія вокалу та сучасної музики, фольклорно-інструментальний ансамбль «Atlibitum» та ін.

Створено всі умови для занять фізкультурою та спортом: сучасний стадіон зі штучним покриттям, спортивний майданчик, дві сучасні ігрові зали, тренажерні зали, зала боксу та боротьби, зали для фітнесу. Працюють спортивні секції з футболу (чоловічого та жіночого), волейболу (чоловічого та жіночого), баскетболу, бадмінтону, загальної фізичної підготовки, легкої атлетики, настільного тенісу, атлетичної гімнастики, аеробіки, фітнесу, боді-фітнесу, дзюдо-самбо, боксу, фізичної реабілітації.

2.18. Студентські організації.

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

– рада студентського самоврядування університету, 6 рад студентського самоврядування на факультетах і 5 рад студентського самоврядування в гуртожитках;

– наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених;

– студентські клуби – «Еко Клуб», «Правничий клуб», «Підприємець», «Менеджер», «Кібернетик», «Рекламист», клуб «ТРОС» – Творче Рекламне Об'єднання Студентів, «Лука Пачоллі», «Аудиторська студентська спілка», «Хіміки КНТЕУ», «Клуб кулінарів», психологічний клуб «Мудрість поколінь», туристичний клуб «Еверест», спортивні клуби з футболу, баскетболу, волейболу, боротьби тощо, спілка консумеристів «ОСА». Також студенти беруть участь у роботі юридичної клініки «Центр правового захисту», всеукраїнському русі «Молодь за права споживачів».

Інформація щодо навчання студентів, дозвілля, занять спортом розміщується в газеті «Університет і час», студентському журналі «Кіото, 19», на сайті університету (<http://www.knute.edu.ua>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «Facebook» (<https://www.facebook.com/knteuofficial/>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «Instagram» (https://www.instagram.com/knute_news/), Telegramканалі КНТЕУ (<https://t.me/knteu>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «YouTube» (<https://www.youtube.com/user/kyotostreet>) та студентському телебаченні «КНТЕУ-TV».

3. Освітня програма зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за спеціалізацією «Маркетинг»), гарант освітньої програми к.е.н., проф. кафедри маркетингу Ортинська В. В.

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки України (Україна) терміном дії до 01 липня 2024 р. на підставі наказу МОН України від 19.12.2016 р. № 1565
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	- повна загальна середня освіта; - умови прийому на програму регламентується Правилами прийому до КНТЕУ.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Формування системи професійних знань і практичних навичок необхідних для ефективного вирішення завдань маркетинговій діяльності. Маркетолог вивчає потреби споживачів, досліджує ринок, кон'юнктуру та попит, формує товарну, цінову, збутову та комунікаційну політики підприємств на засадах маркетингу.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація «Маркетинг» Дисципліни циклу загальної підготовки - 20 % професійної підготовки - 80 %
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.
Освітній фокус освітньої програми та спеціалізації	Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємстві. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження,

	маркетингова діяльність підприємства, контент-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, клієнтоорієнтованість.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; 2-х місячна практична підготовка протягом навчання на підприємствах, що мають маркетингову діяльність.
4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випусник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: помічника керівника підприємства (установи, організації); організатора з постачання; організатора із збуту; агента комерційного; агента торговельного; торговця (обслуговування бізнесу та реклами).
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-ЕНЕА, 7 рівня EQF-LLL та 8 рівня НРК.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Компетентнісний підхід в побудові та реалізації навчальних програм. Викладання на засадах проблемно-орієнтованого навчання з використанням освітніх технологій та методик для розвитку здібностей та мотивації зацікавленості студентів,
Оцінювання	Письмові экзамени, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність особи розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідних наук і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Генерування нових ідей, виявлення ініціативи та підприємливості, забезпечення якості виконуваних робіт. ЗК 3. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. ЗК 4. Навички абстрактного та аналітичного мислення та вміння аналізувати інформацію з різних джерел у предметному полі маркетингу. ЗК 5. Вміння спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори (комунікативні навички). ЗК 6. Здатність до самонавчання. ЗК 7. Уміння взаємодіяти в колективі з метою виконання завдань маркетингу. ЗК 8. Дослідницькі уміння. ЗК 9. Дотримання професійної етики. ЗК 10. Знання заходів та засобів щодо створення і підтримки здорових та безпечних умов життя і діяльності людини, необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.

<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Здатність до визначення тенденцій загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.</p> <p>ФК 2. Здатність досягнути сутність та зміст теорії маркетингу і функціональні зв'язки між її складовими.</p> <p>ФК 3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг, інтерпретувати їх результати з метою обґрунтування управлінських рішень.</p> <p>ФК 5. Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх результативності.</p> <p>ФК 6. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати маркетингових досліджень.</p> <p>ФК 7. Здатність аналізувати поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей.</p> <p>ФК 8. Здатність здійснювати дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.</p> <p>ФК 9. Здатність щодо використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств.</p> <p>ФК 10. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 11. Здатність розробляти та реалізовувати план маркетингу на підприємстві.</p> <p>ФК 12. Здатність щодо обґрунтування маркетингових проектів.</p> <p>ФК 13. Здатність оцінювати імідж підприємства та обґрунтовувати заходи з його підвищення.</p> <p>ФК 14. Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх результативності.</p> <p>ФК 15. Здатність щодо аналізу маркетингового середовища та врахування його результатів при прийнятті маркетингових рішень.</p> <p>ФК 16. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу.</p> <p>ФК 17. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення з маркетингу на основі аналізу економічних показників.</p> <p>ФК 18. Здатність формувати на підприємстві маркетингові політики (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлені на досягнення стратегічних цілей та оцінювати її ефективність.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>ПРН 1. Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в практичній діяльності.</p> <p>ПРН 2. Застосовувати набуті загальнонаукові та фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 3. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>

	<p>ПРН 4. Ставити цілі маркетингового дослідження, проводи аналіз та інтерпретацію результатів дослідження.</p> <p>ПРН 5. Оцінювати та аналізувати стан маркетингового середовища підприємства.</p> <p>ПРН 6. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 7. Спілкуватися іноземною мовою за професійним спрямуванням.</p> <p>ПРН 8. Будувати статистичні таблиці, графіки, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ.</p> <p>ПРН 9. Використовувати знання про класифікацію харчових продуктів та непродовольчих товарів; чинники формування властивостей та якості; асортимент харчових продуктів та непродовольчих товарів; принципи сортування товарів; чинники збереження якості харчових продуктів та непродовольчих товарів.</p> <p>ПРН 10. Показати вміння визначати і оцінювати споживні властивості харчових продуктів та непродовольчих товарів; користуватися нормативними документами; аналізувати й оцінювати структуру асортименту харчових продуктів та непродовольчих товарів; забезпечувати їх збереження у процесі товаропросування.</p> <p>ПРН 11. Формувати програму маркетингових комунікацій підприємства та здійснювати оцінку її ефективності.</p> <p>ПРН 12. Обґрунтовувати вибір носіїв реклами та розроблювати медіаплати.</p> <p>ПРН 13. Досліджувати конкурентоспроможність товарів та послуг.</p> <p>ПРН 14. Розроблювати стандарт обслуговування споживачів.</p> <p>ПРН 15. Розроблювати рекламні звернення.</p> <p>ПРН 16. Створювати клієнтські бази.</p> <p>ПРН 17. Розвивати дистриб'юторської мережі; розроблювати стратегій диференційованої взаємодії з клієнтами компанії через дистриб'юторів і дилерів на ринку, використовувати ефективні методи збільшення обсягів продажу в роздрібній торгівлі та на B2B-ринку.</p> <p>ПРН 18. Розроблювати стратегії управління закупівельною та збутовою логістикою підприємства; оптимізувати товарні запаси та вантажопотоки на складах; обґрунтовувати вибір транспорту та розраховувати ефективність його використання; формувати систему логістичного сервісу.</p> <p>ПРН 19. Використовувати сучасні програмні технології обробки маркетингової інформації для рішення практичних маркетингових завдань.</p> <p>ПРН 20. Розроблювати товарні, цінові, комунікаційні стратегії підприємства інструментами маркетингу.</p> <p>ПРН 21. Досліджувати середовище підприємницької діяльності, знати процес створення підприємницької діяльності.</p> <p>ПРН 22. Організовувати та проводити ділові переговори, вирішувати спірні проблеми у переговорному процесі.</p>
--	---

	<p>ПРН 23. Створювати рекламні матеріали засобами прикладних комп'ютерних програм CorelDraw, AdobePhotoshop.</p> <p>ПРН 24. Формувати програму зв'язків з громадськістю, виявляти інформаційні загрози; визначати відповідність інформаційної діяльності законам України; планувати та організовувати заходи щодо протидії інформаційним атакам.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку фахівців за відповідною ОП є кафедра маркетингу КНТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти. 100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін мають наукові ступені за спеціальністю і відзначається високим рівнем професійної підготовки.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метрів на одну особу.</p> <p>40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням.</p> <p>Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку.</p> <p>У КНТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності.</p> <p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти)</p> <p>Є офіційний веб-сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/ видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua.</p> <p>У Лабораторії дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://ldn.knute.edu.ua.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та</p>

	<p>наукових установах України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Економіка та управління. 2. Університет Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Ділові комунікації.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЄКТС, що додатково передбачені навчальним планом.</p>

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові дисципліни			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	екзамен
ОК 2	Економічна інформатика	6	екзамен
ОК 3	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 4	Правознавство	6	екзамен
ОК 5	Статистика	6	екзамен
ОК 6	Категорійний менеджмент	6	екзамен
ОК 7	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6	екзамен
ОК 8	Інформаційні системи в ритейлі	6	екзамен
ОК 9	Менеджмент	6	екзамен
ОК 10	Економіка підприємства	6	екзамен
ОК 11	Маркетинг	6	екзамен
ОК 11.1	Курсова робота з маркетингу		
ОК 12	Бухгалтерський облік	6	екзамен
ОК 13	Маркетингові дослідження	6	екзамен
ОК 13.1	Курсова робота з маркетингових досліджень		
ОК 14	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК 15	Товарознавство. Непродовольчі товари	6	екзамен
ОК 16	Електронна торгівля	6	екзамен
ОК 17	Товарознавство. Харчові продукти	6	екзамен
ОК 18	Торговельний маркетинг	9	екзамен
ОК 19	Управління продажем та мерчандайзинг	6	екзамен
ОК 20	Організація торгівлі	6	екзамен
ОК 21	Поведінка споживачів	6	екзамен
ОК 22	Маркетингова товарна та цінова політика	12	екзамен
ОК 23	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	9	екзамен
	Фізичне виховання	2	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		168	-
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.1	Вища та прикладна математика	6	екзамен
ВБ 1.2	Екологія	6	екзамен
ВБ 2.1	Психологія торгівлі	6	екзамен
ВБ 2.2	Теорія галузевих ринків	6	екзамен
ВБ 3.1	Естетика	6	екзамен
ВБ 3.2	Історія України	6	екзамен
ВБ 3.3	Історія української культури	6	екзамен
ВБ 3.4	Культурна спадщина України		екзамен
ВБ 3.5	Національні інтереси у світовій геополітиці та геоekonomіці	6	екзамен
ВБ 3.6	Ораторське мистецтво	6	екзамен
ВБ 3.7	Релігієзнавство	6	екзамен

ВБ 3.8	Світова культура	6	екзамен
ВБ 3.9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	6	екзамен
ВБ 3.10	Філософія	6	екзамен
ВБ 4.1	Бізнес-планування	6	екзамен
ВБ 4.2	Основи підприємництва	6	екзамен
ВБ 5.1	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6	екзамен
ВБ 5.2	Етика бізнесу	6	екзамен
ВБ 5.3	Логіка	6	екзамен
ВБ 5.4	Політологія	6	екзамен
ВБ 5.5	Психологія	6	екзамен
ВБ 5.6	Соціальне лідерство	6	екзамен
ВБ 5.7	Соціодогія	6	екзамен
ВБ 6.1	Безпека життя	6	екзамен
ВБ 6.2	Ділові переговори	6	екзамен
ВБ 6.3	Комп'ютерна графіка в рекламі	6	екзамен
ВБ 7.1	Маркетинг послуг	6	екзамен
ВБ 7.2	Логістика	6	екзамен
ВБ 8.1	Реклама в Інтернеті	6	екзамен
ВБ 8.2	Прямий маркетинг	6	екзамен
ВБ 8.3	Теорія зв'язків з громадськістю	6	екзамен
ВБ 9.1	Дизайн в рекламі	6	екзамен
ВБ 9.2	Медіапланування	6	екзамен
ВБ 9.3	Міжнародний маркетинг	6	екзамен
ВБ 9.4	Торговельне обладнання	6	екзамен
ВБ 9.5	Реклама	6	екзамен
ВБ 10.1	Товарознавство Антикваріат	6	екзамен
ВБ 10.2	Товарознавство Квіти	6	екзамен
ВБ 10.3	Товарознавство Культурні цінності	6	екзамен
ВБ 10.4	Товарознавство Паливно-мастильні	6	екзамен
ВБ 10.5	Товарознавство Транспортні засоби	6	екзамен
ВБ 10.6	Товарознавство Цивільна зброя	6	екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент		60	-
Практична підготовка			
Виробнича практика 1		3	залік
Виробнича практика 2		6	залік
Атестація			
Підготовка до кваліфікаційного екзамену та атестація		3	екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент:		60	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	-

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито та публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

4.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23
ЗК 1			+						+		+		+	+				+		+		+	+
ЗК 2						+		+		+						+			+			+	
ЗК 3					+					+	+		+	+		+		+			+	+	+
ЗК 4			+		+						+		+	+				+			+	+	
ЗК 5	+			+										+							+		
ЗК 6	+		+	+					+			+		+									
ЗК 7						+			+				+								+		+
ЗК 8			+		+			+		+	+		+								+		
ЗК 9											+		+	+					+				+
ЗК 10		+		+													+						
ФК 1			+		+					+	+		+									+	+
ФК 2									+		+		+	+				+	+		+	+	
ФК 3		+		+							+		+	+		+	+	+			+	+	
ФК 4													+	+							+	+	
ФК 5					+				+	+			+										+
ФК 6								+			+		+	+				+		+		+	
ФК 7						+							+	+		+		+			+	+	
ФК 8				+		+							+		+		+					+	
ФК 9								+						+		+							+
ФК 10										+		+				+		+				+	
ФК 11									+	+		+	+	+		+				+		+	+
ФК 12				+					+		+			+				+			+	+	
ФК 13														+									
ФК 14		+								+						+		+	+			+	
ФК 15			+					+	+			+	+										
ФК 16						+						+		+			+						
ФК 17									+	+			+		+				+				
ФК 18							+				+		+	+				+	+			+	

4.2. Вибіркові компоненти освітньої програми

	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 3.3	ВБ 3.4	ВБ 3.5	ВБ 3.6	ВБ 3.7	ВБ 3.8	ВБ 3.9	ВБ 3.10	ВБ 4.1	ВБ 4.2	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 5.3	ВБ 5.4	ВБ 5.5	ВБ 5.6	ВБ 5.7	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 6.3	ВБ 7.1	ВБ 7.2	ВБ 8.1	ВБ 8.2	ВБ 8.3	ВБ 9.1	ВБ 9.2	ВБ 9.3	ВБ 9.4	ВБ 9.5	ВБ 10.1	ВБ 10.2	ВБ 10.3	ВБ 10.4	ВБ 10.5	ВБ 10.6										
ЗК 1														+						+								+																								
ЗК 2						+			+						+																																					
ЗК 3			+				+								+	+		+			+					+		+			+	+	+	+	+		+															
ЗК 4				+															+									+																								
ЗК 5					+					+	+	+	+				+									+																										
ЗК 6								+				+											+																													
ЗК 7			+																				+	+		+																										
ЗК 8																							+																													
ЗК 9						+						+						+						+		+									+	+																
ЗК 10	+																							+															+	+	+	+	+	+	+	+						
ФК 1.				+					+								+																																			
ФК 2.																											+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+														
ФК 3.																		+									+																									
ФК 4.				+											+	+												+																								
ФК 5.															+	+																				+	+															
ФК 6.																																+			+	+																
ФК 7.			+		+																									+	+				+	+		+														
ФК 8.				+					+																																+	+	+	+	+	+	+	+				
ФК 9.																															+	+				+																
ФК 10.															+	+																				+	+															
ФК 11																													+					+		+		+														
ФК 12.																			+										+	+	+			+				+														
ФК 13.																																	+	+			+															
ФК 14.															+																					+																
ФК 15.	+			+																																																
ФК 16.																											+	+				+	+				+															
ФК 17.															+																																					
ФК 18.								+																				+		+	+		+			+		+														

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньої програми

5.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23
ПРН 1			+							+													
ПРН 2			+		+						+		+										
ПРН 3		+			+			+					+					+				+	
ПРН 4								+			+		+			+						+	+
ПРН 5			+		+					+									+				
ПРН 6											+		+	+				+				+	+
ПРН 7	+																						
ПРН 8		+			+								+										
ПРН 9															+		+						
ПРН 10															+			+		+			
ПРН 11													+	+					+				
ПРН 12													+	+									
ПРН13								+			+		+		+			+					
ПРН14				+					+										+	+	+		
ПРН 15											+			+									+
ПРН 16			+	+							+			+									
ПРН 17						+	+											+		+		+	
ПРН 18															+		+		+			+	
ПРН 19		+																					+
ПРН20											+			+				+				+	
ПРН 21								+	+	+			+										
ПРН 22	+																						
ПРН 23																							
ПРН 24													+										+

5.2. Вибіркові компоненти освітньої програми

	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 3.3	ВБ 3.4	ВБ 3.5	ВБ 3.6	ВБ 3.7	ВБ 3.8	ВБ 3.9	ВБ 3.10	ВБ 4.1	ВБ 4.2	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 5.3	ВБ 5.4	ВБ 5.5	ВБ 5.6	ВБ 5.7	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 6.3	ВБ 7.1	ВБ 7.2	ВБ 8.1	ВБ 8.2	ВБ 8.3	ВБ 9.1	ВБ 9.2	ВБ 9.3	ВБ 9.4	ВБ 9.5	ВБ 10.1	ВБ 10.2	ВБ 10.3	ВБ 10.4	ВБ 10.5	ВБ 10.6						
ПРН 1									+					+						+								+																				
ПРН 2						+			+					+	+				+	+																												
ПРН 3															+	+				+							+		+					+														
ПРН 4																			+									+	+	+																		
ПРН 5												+				+							+					+	+	+	+																	
ПРН 6			+																				+					+	+	+	+																	
ПРН 7	+				+					+															+				+	+	+																	
ПРН 8	+														+															+																		
ПРН 9		+																							+												+			+				+	+			
ПРН 10		+																							+												+			+				+	+			
ПРН 11																													+	+							+											
ПРН 12				+											+	+												+	+		+	+	+	+			+											
ПРН13															+	+												+								+			+				+	+				
ПРН14																															+			+	+													
ПРН 15			+			+	+	+	+				+														+				+							+										
ПРН 16											+									+	+					+							+		+													
ПРН 17															+															+																		
ПРН 18																													+								+											
ПРН 19																														+									+									
ПРН20																													+						+													
ПРН 21															+	+													+																			
ПРН 22			+									+					+	+			+									+				+														
ПРН 23																											+						+					+										
ПРН 24																									+																							

3. Освітня програма зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за спеціалізацією «Рекламний бізнес»), гарант програми к.п.н., доц. кафедри маркетингу Федоришина І. Л.

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність "Маркетинг" спеціалізація "Рекламний бізнес"
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки України (Україна) терміном дії до 01 липня 2024 р. на підставі наказу МОН України від 19.12.2016 р. № 1565
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-I.I.I. – 6 рівень
Передумови	- повна загальна середня освіта; - умови прийому на програму регламентується Правилами прийому до КНТЕУ.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Формування системи професійних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань маркетингової діяльності та забезпечення роботи підприємств рекламної галузі. Маркетолог досліджує ринок, його кон'юнктуру, потреби та попит, формує товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику рекламного підприємства на засадах маркетингу та забезпечує його конкурентне положення на ринку реклами.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», спеціалізація «Рекламний бізнес».
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.
Освітній фокус освітньої програми та спеціалізації	Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємстві рекламної галузі. Ключові слова: реклама, рекламний бізнес, економіка

	рекламного підприємства, менеджмент рекламної галузі та рекламного підприємства, маркетингова стратегія, маркетингове планування, медіа планування, рекламний креатив, рекламні стратегії, копірайтинг, товарна та цінова політика.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; 2-х місячна практична підготовка протягом навчання на підприємствах рекламної галузі.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: помічника керівника підприємства (установи, організації); організатора з постачання; організатора зі збуту; агента комерційного; агента торговельного; агента рекламного; представника з реклами; торговця (обслуговування бізнесу та реклами).
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 8 рівня НРК.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик для розвитку здібностей та мотивацію зацікавленості студентів у вивченні дисциплін професійного напрямку
Оцінювання	Письмові екзамени, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в маркетингу та рекламному бізнесі, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідних наук і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 2. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 3. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.</p> <p>ЗК 4. Навички абстрактного та аналітичного мислення та вміння працювати з інформацією з різних джерел у предметному полі маркетингу.</p> <p>ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори (комунікативні навички).</p> <p>ЗК 6. Здатність до самонавчання.</p> <p>ЗК 7. Робота в команді та забезпечення умов роботи, що не несуть погроз для життя та благополуччя робітників.</p> <p>ЗК 8. Дослідницькі уміння.</p> <p>ЗК 9. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерувати нових ідей (творчість) та знань.</p> <p>ЗК 10. Дотримання професійної етики.</p>

<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Здатність щодо визначення загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.</p> <p>ФК 2. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу, розумітись на методах і практичних прийомах маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг, інтерпретувати їх результати з метою обґрунтування управлінських рішень.</p> <p>ФК 4. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК 5. Здатність формувати товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику підприємства рекламної галузі на засадах маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК 7. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК 8. Здатність використовувати інформаційно-комунікаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства рекламної галузі;</p> <p>ФК 9. Здатність обґрунтувати програму маркетингової діяльності підприємства рекламної галузі</p> <p>ФК 10. Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства рекламної галузі та оцінки їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність застосовувати інструменти маркетинг-міксу у розробці комунікаційної програми підприємства;</p> <p>ФК 12. Здатність використовувати цифрові технології для розробки та створення рекламних продуктів.</p> <p>ФК 13. Здатність розробки та реалізації планів та стратегій розвитку підприємства рекламної галузі.</p> <p>ФК 14. Здатність забезпечення організації та управління діяльністю підприємства рекламної галузі.</p> <p>ФК 15. Здатність забезпечення процесу моніторингу маркетингової активності підприємства.</p> <p>ФК 16. Здатність розроблення заходів запобігання кризових ситуацій на підприємствах рекламної галузі.</p> <p>ФК 17. Здатність розраховувати та забезпечувати ефективність маркетингових програм підприємства.</p> <p>ФК 18. Здатність створювати високоякісний рекламний продукт на основі маркетингових стратегій клієнта.</p>
--	--

7 – Програмні результати навчання

- ПРН 1. Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в практичній діяльності.
- ПРН 2. Застосовувати набуті загальнонаукові та фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН 3. Використовувати інформаційно-комунікаційні технології в маркетинговій діяльності підприємств рекламної галузі.
- ПРН 4. Ставити цілі маркетингового дослідження, проводити аналіз та інтерпретацію результатів дослідження.
- ПРН 5. Оцінювати та аналізувати стан маркетингового середовища підприємства.
- ПРН 6. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН 7. Спілкуватися іноземною мовою за професійним спрямуванням.
- ПРН 8. Будувати статистичні таблиці, графіки, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ.
- ПРН 9. Використовувати знання про класифікацію товарів; чинники формування властивостей та якості.
- ПРН 10. Показати вміння визначати і оцінювати споживчі властивості товарів; користуватися нормативними документами;.
- ПРН 11. Формувати програму маркетингових комунікацій підприємства та здійснювати оцінку її ефективності.
- ПРН 12. Обґрунтовувати вибір носіїв реклами та розроблювати медіаплатформи.
- ПРН 13. Досліджувати конкурентоспроможність товарів та послуг.
- ПРН 14. Розроблювати стандарт обслуговування споживачів.
- ПРН 15. Розроблювати рекламні звернення.
- ПРН 16. Створювати клієнтські бази.
- ПРН 17. Розвивати дистриб'юторську мережу; розроблювати стратегії диференційованої взаємодії з клієнтами компанії через дистриб'юторів і дилерів на ринку, використовувати ефективні методи збільшення обсягів продажу товарів, послуг.
- ПРН 18. Розроблювати стратегії управління закупівельною та збутовою логістикою підприємства; оптимізувати товарні запаси та вантажопотоки на складах; обґрунтовувати вибір транспорту та розраховувати ефективність його використання; формувати систему логістичного сервісу.
- ПРН 19. Аналізувати асортимент товарів, послуг підприємства.
- ПРН 20. Використовувати сучасні програмні технології обробки маркетингової інформації для рішення практичних маркетингових завдань.
- ПРН 21. Розроблювати товарні, цінові, комунікаційні стратегії підприємства інструментами маркетингу.
- ПРН 22. Досліджувати середовище підприємницької діяльності, знати процес створення підприємницької діяльності.
- ПРН 23. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПРН 24. Створювати рекламні матеріали засобами прикладних комп'ютерних програм CorelDraw, AdobePhotoshop.
- ПРН 25. Формувати програму зв'язків з громадськістю.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Випусковою та відповідальною за підготовку бакалаврів спеціальності "Маркетинг", спеціалізації "Рекламний бізнес" є кафедра маркетингу КНТЕУ. 84% викладачів, які забезпечують навчальний процес, мають науковий ступінь та/або вчене звання. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метрів на одну особу. 40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням. Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти) Є офіційний веб-сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://www.knute.edu.ua . У Центрі дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://ldn.knute.edu.ua .
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Дистанційна програма подвійного дипломування між КНТЕУ та Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція) для студентів всіх факультетів. Навчання проходить англійською або французькою мовами з можливістю виїзду на навчання на другий семестр до Університету Гренобль Альпи.
Міжнародна кредитна мобільність	КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з: 1. Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Економіка та управління. 2. Університет Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Ділові комунікації.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземні громадяни можуть навчатися у КНТЕУ: - на підготовчому відділенні для іноземців та осіб без громадянства - 1 рік; - ступінь вищої освіти бакалавр, спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Рекламний бізнес»: денна форма навчання - 3 роки 10 місяців, заочна форма навчання - 4 роки 6 місяців.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

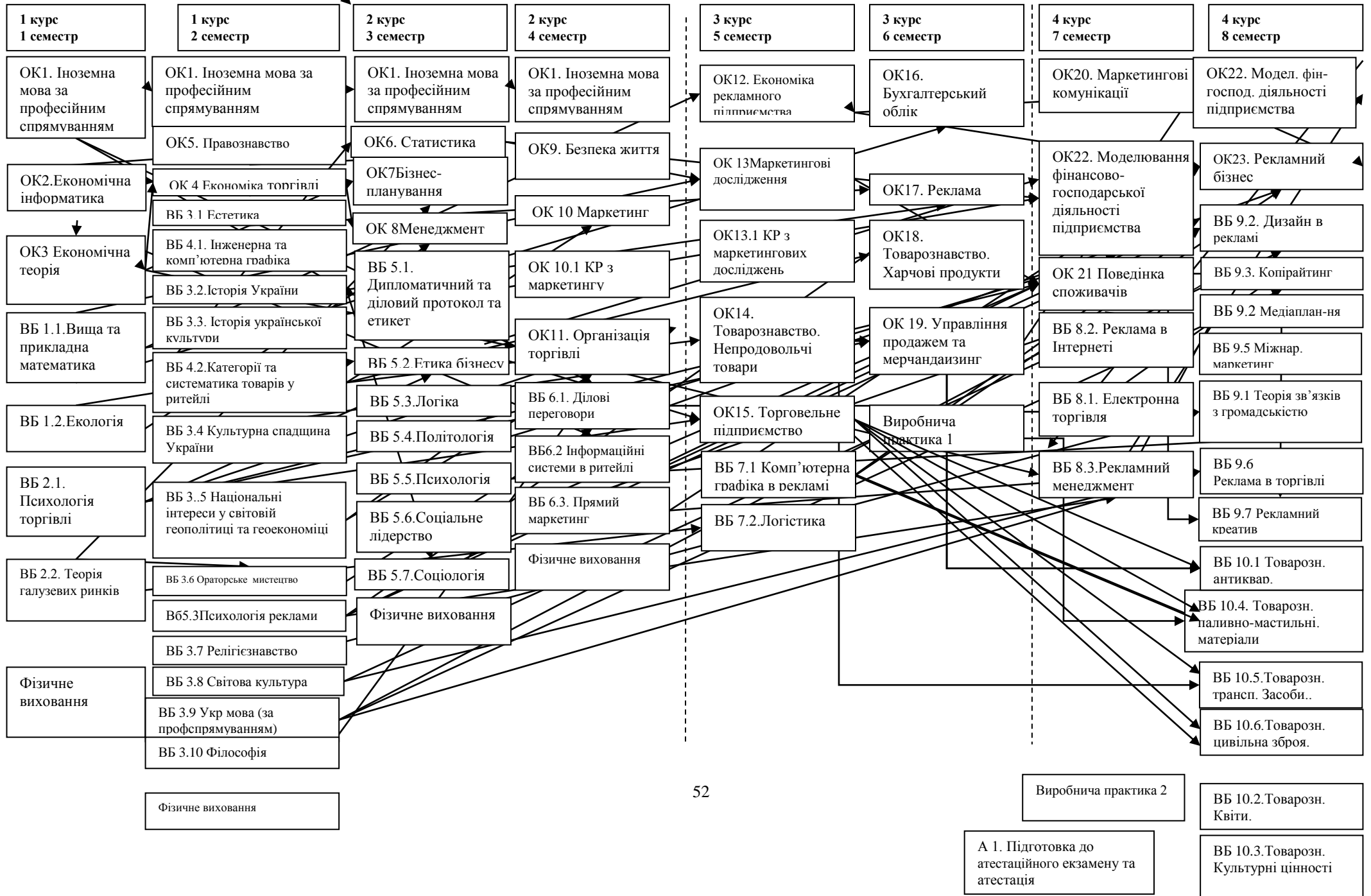
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові дисципліни			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	Е/п
ОК 2	Економічна інформатика	6	Е/п
ОК 3	Економічна теорія		Е/п
ОК 4	Економіка торгівлі	6	Е/п
ОК 5	Правознавство	6	Е/п
ОК 6	Статистика	6	Е/п
ОК 7	Бізнес-планування	6	Е/п
ОК 8	Менеджмент	6	Е/п
ОК 9	Безпека життя	6	Е/п
ОК 10	Маркетинг	6	Е/п
ОК10.1	КР з маркетингу		
ОК11	Організація торгівлі	6	Е/п
ОК12	Економіка рекламного підприємства	6	Е/п
ОК13	Маркетингові дослідження	6	Е/п
ОК13.1	КР з маркетингових досліджень		
ОК14	Товарознавство. Непродовольчі товари.	6	Е/п
ОК15	Торговельне підприємство	6	Е/п
ОК16	Бухгалтерський облік	6	Е/п
ОК17	Реклама	9	Е/п
ОК18	Товарознавство. Харчові продукти	6	Е/п
ОК19	Управління продажем та мерчандайзинг	6	Е/п
ОК20	Маркетингові комунікації	12	Е/п
ОК21	Поведінка споживачів	6	Е/п
ОК 22	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	9	Е/п
ОК 23	Рекламний бізнес	6	Е/п
	Фізичне виховання		Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		168	–
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.1	Вища та прикладна математика	6	Е/п
ВБ 1.2	Екологія	6	Е/п
ВБ 2.1	Психологія торгівлі	6	Е/п
ВБ 2.2	Теорія галузевих ринків	6	Е/п
ВБ 3.1	Естетика	6	Е/п
ВБ 3.2	Історія України	6	Е/п
ВБ 3.3	Історія української культури	6	Е/п
ВБ 3.4	Культурна спадщина України	6	Е/п

ВБ 3.5	Національні інтереси у світовій геополітиці та геоекономіці	6	Е/п
ВБ 3.6	Ораторське мистецтво	6	Е/п
ВБ 3.7	Релігієзнавство	6	Е/п
ВБ 3.8	Світова культура	6	Е/п
ВБ 3.9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	6	Е/п
ВБ 3.10	Філософія	6	Е/п
ВБ 4.1	Інженерна та комп'ютерна графіка	6	Е/п
ВБ 4.2	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6	Е/п
ВБ 4.3	Психологія реклами	6	Е/п
ВБ 5.1	Дипломатичний та діловий протокол та етика	6	Е/п
ВБ 5.2	Етика бізнесу	6	Е/п
ВБ 5.3	Логіка	6	Е/п
ВБ 5.4	Політологія	6	Е/п
ВБ 5.5	Психологія	6	Е/п
ВБ 5.6	Соціальне лідерство	6	Е/п
ВБ 5.7	Соціологія	6	Е/п
ВБ 6.1	Ділові переговори	6	Е/п
ВБ 6.2	Інформаційні системи в ритейлі	6	Е/п
ВБ 6.3	Прямий маркетинг	6	Е/п
ВБ 7.1	Комп'ютерна графіка в рекламі	6	Е/п
ВБ 7.2	Логістика	6	Е/п
ВБ 8.1	Електронна торгівля	6	Е/п
ВБ 8.2	Реклама в Інтернеті	6	Е/п
ВБ 8.3	Рекламний менеджмент	6	Е/п
ВБ 9.1	Теорія зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ВБ 9.2	Дизайн в рекламі	6	Е/п
ВБ 9.3	Копірайтинг	6	Е/п
ВБ 9.4	Медіапланування	6	Е/п
ВБ 9.5	Міжнародний маркетинг	6	Е/п
ВБ 9.6	Реклама в торгівлі	6	Е/п
ВБ 9.7	Рекламний креатив	6	Е/п
ВБ 10.1	Товарознавство. Антикваріат	6	Е/п
ВБ 10.2	Товарознавство. Квіти	6	Е/п
ВБ 10.3	Товарознавство. Культурні цінності	6	Е/п
ВБ 10.4	Товарознавство. Паливно-мастильні матеріали	6	Е/п
ВБ 10.5	Товарознавство. Транспортні засоби	6	Е/п
ВБ 10.6	Товарознавство. Цивільна зброя	6	Е/п
Загальний обсяг вибіркового компонента	60		
Практична підготовка			
Виробнича практика 1		3	3
Виробнича практика 2		6	3

Разом		9	
Атестація			
Підготовка до атестаційного екзамену та атестація		3	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Рекламний бізнес».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

4.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23
ЗК 1			+			+			+		+		+	+		+			+	+		+	+
ЗК 2		+						+		+						+						+	+
ЗК 3											+		+	+				+		+	+	+	+
ЗК 4			+		+		+				+		+	+								+	
ЗК 5	+													+								+	
ЗК 6			+	+					+					+									
ЗК 7									+				+									+	+
ЗК 8			+		+						+		+										
ЗК 9											+		+										+
ЗК 10				+									+										+
ФК 1		+	+							+			+									+	+
ФК 2									+				+	+								+	+
ФК 3				+								+	+				+	+				+	+
ФК 4											+		+	+		+				+		+	
ФК 5		+			+					+						+	+				+		+
ФК 6								+					+	+	+	+	+		+			+	
ФК 7						+	+					+	+	+	+	+	+	+	+			+	
ФК 8		+											+		+		+					+	
ФК 9	+	+						+				+				+							+
ФК 10										+		+						+				+	
ФК 11										+		+	+	+		+				+		+	+
ФК 12											+			+				+				+	+
ФК 13														+									
ФК 14		+								+						+		+	+			+	
ФК 15			+					+	+			+	+										
ФК 16						+						+	+	+			+					+	
ФК 17									+	+			+		+				+				
ФК 18									+		+		+	+	+		+	+	+		+	+	+

4.2. Вибіркові компоненти освітньої програми

	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 3.3	ВБ 3.4	ВБ 3.5	ВБ 3.6	ВБ 3.7	ВБ 3.8	ВБ 3.9	ВБ 3.10	ВБ 4.1	ВБ 4.2	ВБ 4.3.	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 5.3	ВБ 5.4	ВБ 5.5	ВБ 5.6	ВБ 5.7	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 6.3	ВБ 7.1	ВБ 7.2	ВБ 8.1	ВБ 8.2	ВБ 8.3	ВБ 9.1	ВБ 9.2	ВБ 9.3	ВБ 9.4	ВБ 9.5	ВБ 9.6	ВБ 9.7	ВБ 10.1	ВБ 10.2	ВБ 10.3	ВБ 10.4	ВБ 10.5	ВБ 10.6										
ЗК 1				+					+					+						+	+																																		
ЗК 2															+									+																															
ЗК 3																						+							+		+	+	+																						
ЗК 4																+						+	+			+					+	+	+	+																					
ЗК 5						+	+	+		+	+	+											+				+																												
ЗК 6												+		+																																									
ЗК 7													+							+	+		+																																
ЗК 8																+																																							
ЗК 9						+					+					+				+	+		+				+																												
ЗК 10																										+													+																
ФК 1.				+					+												+																																		
ФК 2.																																																							
ФК 3.																																																							
ФК 4.	+			+											+																																								
ФК 5.			+																																																				
ФК 6.																																																							
ФК 7.												+												+																															
ФК 8.				+					+							+																																							
ФК 9.																																																							
ФК 10.																+																																							
ФК 11																																																							
ФК 12.																				+																																			
ФК 13.					+	+			+		+																																												
ФК 14.		+													+				+																		+																		
ФК 15.																																																							
ФК 16.																+																																							
ФК 17.	+																																																						
ФК 18.																																																							

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідним компонентам освітньої програми**

5.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23
ПРН 1			+																				
ПРН 2			+								+		+										
ПРН 3		+			+			+					+					+					+
ПРН 4								+			+		+			+					+		
ПРН 5			+		+					+								+					
ПРН 6											+		+	+				+			+	+	
ПРН 7	+																		+				
ПРН 8					+																		
ПРН 9															+	+	+						
ПРН 10															+			+					
ПРН 11											+			+					+				
ПРН 12														+					+				
ПРН13															+		+	+	+				
ПРН14				+					+								+	+		+	+		
ПРН 15											+												+
ПРН 16			+											+									
ПРН 17						+	+														+		
ПРН 18															+		+		+			+	
ПРН 19		+																	+				+
ПРН20									+	+			+										+
ПРН 21								+	+	+			+										
ПРН 22	+		+						+	+											+		
ПРН 23																							+
ПРН 24													+										
ПРН 25		+			+			+			+				+			+			+		

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньої програми

5.2. Вибіркові компоненти освітньої програми

	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 3.3	ВБ 3.4	ВБ 3.5	ВБ 3.6	ВБ 3.7	ВБ 3.8	ВБ 3.9	ВБ 3.10	ВБ 4.1	ВБ 4.2	Вд	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 5.3	ВБ 5.4	ВБ 5.5	ВБ 5.6	ВБ 5.7	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 6.3	ВБ 7.1	ВБ 7.2	ВБ 8.1	ВБ 8.2	ВБ 8.3	ВБ 9.1	ВБ 9.2	ВБ 9.3	ВБ 9.4	ВБ 9.5	ВБ	ВБ	ВБ	ВБ 10.2	ВБ 10.3	ВБ 10.4	ВБ 10.5	ВБ 10.6				
ПРН 1				+													+																																
ПРН 2									+																																								
ПРН 3	+																																																
ПРН 4																																																	
ПРН 5															+																																		
ПРН 6									+																																								
ПРН 7																																																	
ПРН 8																																																	
ПРН 9	+																																																
ПРН 10																																																	
ПРН 11																																																	
ПРН 12																																																	
ПРН13																																																	
ПРН14																																																	
ПРН 15																																																	
ПРН 16	+																																																
ПРН 17																																																	
ПРН 18			+																																														
ПРН 19																																																	
ПРН20	+																																																
ПРН 21																																																	
ПРН 22			+																																														
ПРН 23																																																	
ПРН 24		+																																															
ПРН 25	+																																																

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни) для спеціалізацій «Маркетинг» та «Рекламний бізнес»

4.1. НАЗВА. ІНОЗЕМНА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ).

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020, 2020/2021.

Семестр. I-IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.

Англ. Сафіуліна Л.М., викл. Строганова Г.О. ст. викл. Олешко Н.М.ст. викл. Рудешко Є.В. ст.викл.	Франц. Дурдас А. П. викл..	Нім. Мамченко С.П.викл.
--	-------------------------------	----------------------------

Результати навчання. Формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок спілкування іноземною мовою за професійним спрямуванням, читання та перекладу оригінальної іншомовної літератури з фаху, написання анотації/реферату. Програма курсу розрахована на досягнення РВМ В₂.

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

Зміст. Курс іноземної мови професійного спрямування поділяється на два етапи.

1 етап - формування базової іноземномовної компетентності в сфері економіки і бізнесу.

Теми загальноекономічного характеру:

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.

2 етап - розвиток іноземномовної компетентності та практичних навичок володіння мовою фаху.

Будується на іншомовному фаховому матеріалі, але на більш широкій лексичній основі та з урахуванням вузькопрофесійного спрямування.

Теми: Основні економічні поняття. Маркетинг. Фактори маркетингу. Реклама. Реклама в Україні. Класифікація товарів. Товар та його ціна. Канали розподілу товарів. Форми торгівлі. Менеджмент. ПР (зв'язок з громадськістю). Функції маркетингу. Цільовий маркетинг та сегментація ринку.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

Англ.	Франц.	Нім.
1. Латигіна А.Г. Basic English of Economics: Підручник – К.: КНТЕУ, 2018.	1) Клименко Т.І. Збірник текстів і завдань для самостійної роботи.	1. В. А. Котвицька, О.О. Беззубова, О.А. Лазебна. Вступ до німецької мови професійного спрямування(німецькою мовою) :
2. Рудешко Є.В. «Англійська мова сфери маркетингу»: Навч. посіб. –К.:КНТЕУ, 2013.	Друга іноземна мова (французька). – К.: КНТЕУ, 2014. — 41 с.	навчальний посібник для студентів
3. Рудешко Є.В. «Англійська	2) Рабош Г. Французька мова.	

<p>мова комерційної діяльності» (2002).</p> <p>4. Орлик Л.С., Марчук Л.Г. «English for Marketers», (2001).</p> <p>5. Зоценко Л.А., Орлик Л.С. Practical Course of English Grammar. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016р. – 223 с.</p> <p>6. Макарова О.О., Нікіфорова В.Г. Англійська мова за професійним спрямуванням: Збірник текстів та завдань для самостійної роботи. – К.: КНТЕУ, 2009. – 54 с.</p>	<p>Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. - "Нова Книга", 2013 р. – 464 с.</p> <p>3) LE FRANÇAIS. Навчальний посібник з французької мови для студентів вищих навчальних закладів / Укладач: В.Ю. Литвиненко. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «ОМІДА», 2015. – 107 с.</p> <p>4) Littérature progressiste du français. Deuxième édition avec 600 activités. CLE International, Paris, 2013, 175 p.</p> <p>5) Борисенко П. А. Французька мова як друга іноземна: навч. посіб. / П. А. Борисенко. — К.: НАУ, 2011. — 228 с.</p>	<p>технічних факультетів (рівень B1+) / – Київ : НТУУ "КПІ", 2016. – 186 с.</p> <p>2. Зайцева Н.В. «Grundwissen über Computerwelt»: навчально-методичний посібник з німецької мови для студентів напряму навчання «Комп'ютерні науки» / Н.В. Зайцева. – Мелітополь: Таврійський державний агротехнологічний університет, 2013. – 144 с.</p> <p>3. Anette Müller, Sabine Schlüter „Im Beruf“, Max Hueber Verlag GmbH & Co, München, 2017 – 110 S.</p> <p>4. Ilse Sander, Regine Grosser, Claudia Hante, Viktoria Ilse, Klaus f. Mautsch, Daniele Schmeiser, Sabine Kaldemorgen „DaF im Unternehmen“ Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart 2015, 186 S.</p> <p>5. Valeske Hagner „Im Beruf“ Hueberverlag GmbH und Co. K6, München, Deutschland, 2014, 189 S.</p>
--	--	---

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Практичні заняття, самостійна робота.

Інтерактивні методи та технології викладання, комп'ютерне тестування.

Методи оцінювання:

– поточний контроль – опитування, тестування, контрольні роботи;

- підсумковий контроль – екзамен у кінці кожного семестру;
- по завершенню вивчення – екзамен.

Мова навчання та викладання. Англійська, французька, німецька.

4.2. НАЗВА. ЕКОНОМІЧНА ІНФОРМАТИКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Котенко Н. О. канд. пед. наук, ст. викл. кафедри програмної інженерії та кібербезпеки.

Результати навчання. Формування цілісної уяви про: операційну систему MS Windows та оволодіння методикою вирішення управлінських задач із застосуванням сучасних пакетів прикладних програм MS Word, MS Excel, Power Point, які входять до складу інтегрованої системи Microsoft Office.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання дисципліни «Інформатика» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Предмет та завдання курсу. Форми представлення інформації. Одиниці виміру інформації. Економічна інформація. Основні поняття файлової системи, збереження інформації в пам'яті ПК. Поняття про файли та папки (каталоги). Загальні відомості про операційну систему (ОС) MS Windows.. Пакети прикладних програм Microsoft Office. Програми-архіватори та робота з ними (на прикладі програм WinRar). Робота з антивірусними програмами. Призначення, основні поняття та функціональні можливості програми MS Word. Загальна характеристика, призначення та особливості електронних таблиць в MS Excel. Призначення програми Power Point. Створення нової презентації та її збереження. Забезпечення безпеки зберігання даних в операційній системі Microsoft. Захист від шкідливого програмного забезпечення. Технологія безпеки, що захищає комп'ютер від програм-шпигунів і інших видів небажаних програм. Поняття і класифікація комп'ютерних вірусів. Коротка характеристика вірусів. Антивірусні програми. Правила використання стороннього програмного забезпечення. Спам і засоби боротьби з ним.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Криворучко О. В. MS Office у вирішенні завдань на підприємствах торгівлі : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Криворучко, С. Л. Рзаєва, В.М. Краснощок. – Київ : КНТЕУ, 2008.
2. Биков І. Ю. Microsoft Office в задачах економіки та управління: Навч.посібник для студентів вищих навч.закладів. / І. Ю. Биков – К. : Професіонал, 2016. – 263с.
3. Наумова Н. М. Інформатика та інформаційні технології в економіці: навч. посіб. / Н. М. Наумова; Нац. трансп. ун-т. – Київ: НТУ, Ч. 2: Office 2007. MS Access : теорет. частина, лаб. роботи, завдання для індивід. та самост. виконання. – 2016.. – 135 с.
4. Шпортько О. В. Розробка баз даних в СУБД. Microsoft Access 2010/2013: практикум для студентів вищих та учнів професійно-технічних навчальних закладів / О. В. Шпортько, Л. В. Шпортько. – Рівне: О. Зень, 2017. – 184 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, лабораторні заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, конференції, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. НАЗВА. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ніколаєць К.М., проф., д-р істор. наук, професор кафедри економічної теорії та конкурентної політики; Поліванов В.Є., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики; Штундер І.О., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики.

Результати навчання. Формування економічної культури мислення та пізнання економічних відносин суспільства, розуміння механізму функціонування національної економіки, навичок мікроекономічного дослідження поведінки та взаємодії окремих суб'єктів ринку; вміння вільно орієнтуватися в теоретичних закономірностях та особливості розвитку господарських систем загалом та в трансформаційній економіці України; розуміння основних закономірностей та принципів функціонування ринкової економіки; аналізувати мотивації та стратегії поведінки підприємства в умовах ринкового господарювання; розуміння специфіки перехідного періоду, проблем ринкової трансформації економіки України; усвідомлювати сучасні процеси глобалізації економічного життя людства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи економіки» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Підприємство в умовах ринкового господарювання. Попит та пропозиція. Теорія еластичності. Теорія граничних продуктів та мікроекономічна модель фірми. Витрати, їх природа та структура. Матриця ринкових структур. Формування попиту на економічні ресурси. Держава в мікроекономічній теорії: зовнішні ефекти та громадські блага. Сутність процесу суспільного відтворення. Відтворення національного продукту і національного багатства. Вимірювання результатів макроекономічної діяльності. Сукупний попит та сукупна пропозиція. Коливання сукупного попиту в моделях мультиплікатора. Національний ринок та його рівновага. Моделі макроекономічної рівноваги. Рівновага на ринку грошей. Інфляція та антиінфляційна політика. Зайнятість і безробіття. Державний борг і його вплив на національну економіку. Макроекономічна політика та економічне зростання у відкритій економіці.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Економічна теорія: підручник / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, Т.А. Щербакова та ін.; за заг. ред. В.Д. Лагутіна. - Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. - 608 с.

2. Лисенко С.М., Ляшок Я.О. Основи економічної теорії. Практикум. Навчальний посібник. / Лисенко С.М., Ляшок Я.О. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – 268 с.
3. Тюхтенко Н.А., Синякова К.М. Макроекономіка: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. 2-ге вид., допов. та перероб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. - 352 с.
4. Соколов М. Економічна теорія: підручник / Микола Соколов, Микола Горлач, Володимир Гущенко, Микола Кримов, Марія Жиленкова. - Київ: "Центр навчальної літератури", 2017. - 532 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні заняття (традиційні, тренінгові завдання, виступи студентів з презентаціями, тестування); застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, розв'язання задач тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. НАЗВА. ВИЩА ТА ПРИКЛАДНА МАТЕМАТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Денисенко В. І., доц., канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри вищої та прикладної математики.

Результати навчання. Володіння основами математичного апарату, необхідними для ефективного вивчення інших дисциплін, що передбачені освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів; Знання та розуміння ролі математичних методів у професійній діяльності; вміння розв'язувати практичні задачі та приймати відповідні рішення.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Математика» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Матриці й операції над ними. Визначники, їх властивості. Системи лінійних рівнянь. Застосування методів лінійної алгебри у задачах економіки. Границі числових послідовностей та функцій. Функції однієї та багатьох змінних. Деякі функціональні залежності, що використовуються в економіці. Поняття про виробничі функції. Прості і складні відсотки у фінансових розрахунках. Диференціальне та інтегральне числення. Застосування похідних в економічних розрахунках. Приклади застосування функцій багатьох змінних в задачах економіки. Диференціальні рівняння. Використання диференціальних рівнянь у задачах економічної динаміки.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ковальчук Т.В., Мартиненко В.С. Вища математика для економістів: підручник. – К.: КНТЕУ.–Ч.1.– 2005. – 395с.

2. Ковальчук Т.В., Мартиненко В.С., Денисенко В.І. Вища математика для економістів: підручник. – К.: КНТЕУ.–Ч.2.– 2007. – 341с.

3. Математика для економістів. Збірник задач: навч. посіб. / Білоусова С.В., Борисейко В.О., Гладка Ю.А. та інші. – К.: КНТЕУ, 2015. – 504 с.

4. Вища та прикладна математика в економічних прикладах та задачах. Частина І : навчальний посібник / О.К. Щетініна, Т.В. Ковальчук, Ю.А. Гладка, С.В. Білоусова, О.В. Вертелева, С.Л. Блаженко // Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. - 244 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, індивідуальна самостійна робота.

Методи оцінювання:

- поточний (контрольні роботи, опитування, перевірка домашніх завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська

4.5. НАЗВА. ЕКОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. І.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Головня Ю.І., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин.

Результати навчання. Формування системного розуміння екологічних процесів і явищ, які набувають особливих форм прояву та значення в розвитку суспільства;розуміння визначальних принципів і концептуальних підходів щодо оцінки природних ресурсів і потенціалу їх використання;уміння визначити еволюційні закономірності та суперечності взаємодії суспільства і природи;засвоєння методичних підходів до оцінки природно-ресурсного потенціалу та його екологічно безпечних форм використання та відтворення;застосування різних методів аналізу щодо визначення стану міжнародного екологічного середовища та обґрунтування пріоритетних напрямів розвитку суспільства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання дисциплін «Біологія», «Економіка» рівня повної загальної середньої освіти

Зміст. Предмет, зміст і завдання дисципліни. Біосфера, ноосфера та екологічні закони розвитку. Науково-технічний прогрес і природокористування. Система екологічного управління. Екологічне законодавство та нормативно-правове регулювання. Техногенне навантаження та екологічне нормування. Екологізація економіки. Екологічний менеджмент. Екологічний маркетинг. Екологічний аудит. Екологічний ринок та підприємництво. Екологічна безпека людства за умов глобалізації. Міжнародна екологічна діяльність і співробітництво.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Васюкова Г.Т., Ярошева О.І. Екологія: Підр. - К.: Кондор, 2016. - 524 с.

2. Бобровський, А. Л. Екологічний менеджмент: підручник / А. Л. Бобровський. - Суми: Університетська книга, 2018. - 586 с.

3. Техноекологія: підручник / О.І. Іваненко, Ю.В. Носачова. — Київ: Видавничий дім «Кондор», 2017. — 294 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Тематичні та проблемні лекції, практичні заняття у формі дискусії, презентації проектів у малих групах, тестування в лабораторії дистанційного навчання тощо.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. НАЗВА. ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юник І.Д., канд.пед.наук., доцент кафедри психології.

Результати навчання. Вивчення психологічного потенціалу працівника торгівлі, методів та засобів реалізації його ділового успіху. Формування у студентів комплексу теоретичних знань і практичних умінь та навичок психологічного управління як процесом створення довгострокового пріоритету товару серед конкурентів, так і процесом комунікативного впливу на споживачів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Концептуально-теоретичні основи психології торгівлі. Екстринсивна та інтринсивна мотивація в торгівлі. Сенсорні механізми у психології торгівлі. Ціннісні орієнтири в уявному проектуванні техніко-тактичної програми торговельної діяльності Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі Характеристика психологічних якостей фахівця торговельної сфери. Комунікативний простір торговельної діяльності. Візуальна психодіагностика споживачів Професійна етика в торговельній діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Іпатов Е.Ф., Левківський К.М., Павловський В.В. Психологія управління в бізнесі. / Іпатов Е.Ф., Левківський К.М., Павловський В.В. - Х.; К.: НМЦВО, 2012. – 320 с..
2. Цимбалюк І. М. Психологія торгівлі: Навчальний посібник. – К.: Професіонал, 2016. – 368 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. 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) .

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, комплексна контрольна робота тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. НАЗВА. ТЕОРІЯ ГАЛУЗЕВИХ РИНКІВ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Герасименко А.Г., проф., д-р екон. наук, професор кафедри економічної теорії та конкурентної політики.

Результати навчання. Здатність аналізувати ринки, визначати структурні передумови розвитку конкуренції та типові для різних ринкових структур стратегії поведінки суб'єктів господарювання.

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

Зміст. Фірма як суб'єкт галузевого ринку. Методологія визначення меж релевантного ринку. Ринкова концентрація. Ринкова влада. Бар'єри для потенційної конкуренції. Сутність та соціально-економічні наслідки монополії. Цінова дискримінація. Конкуренція у виробничій вертикалі. Одноосібне та колективне домінування на олігопольному ринку. Олігополістична конкуренція. Диференціація товарів. Інформаційна асиметрія та реклама. Науково-технічний прогрес та інновації у конкурентній боротьбі. Конкурентна політика держави. Провали державного регулювання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Герасименко А.Г. Аналіз і контроль концентрації суб'єктів господарювання: підручник / А.Г. Герасименко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. - 484 с.
2. Герасименко А.Г. Ринкова влада: джерела, масштаби, наслідки: монографія / А.Г. Герасименко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. - 600 с.
3. Ігнатюк А.І. Економіка галузевих ринків: Навч. посібник. – К: ВПЦ “Київський університет”, 2015. - 448 с.
4. Слухай С.В. Довідник базових термінів та понять з мікроекономіки. – 2-ге вид., переробл. і доп. - К.: Аграр Медіа Груп, 2015. - 374 с.
5. Управління у сфері економічної конкуренції: навч. посіб у 2 т. Том 1 / В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко, Л.С. Головка та ін.; за ред. А.Г. Герасименко. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. - 448 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, виконання індивідуальної аналітичної роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020, 2020/2021.

Семестр. I-IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. В.Г. Гамов, завідувач кафедри фізичної культури, Биковська Л.Б., доц., канд. пед. наук, доцент кафедри фізичної культури, Короп М.Ю., доц., канд. пед.наук, доцент кафедри фізичної культури,

Чайченко Н.Л., доц., доцент кафедри фізичної культури, Самоленко Т.В., доц., канд. наук фіз. вих. та спорту, доцент кафедри фізичної культури.

Результати навчання. Фізична підготовленість перевіряється і оцінюється за результатами виконання тестів і нормативів оцінки рівня фізичної підготовленості, а також оцінки спортивно-технічної підготовленості в обраній системі фізичних вправ.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Немає.

Зміст. Предметом вивчення «Фізичного виховання» є фізичний розвиток, функціональне удосконалення організму, навчання основним життєво-важливим руховим навичкам, вмінням; якісна, динамічна характеристика рівня розвитку і реалізації можливостей людини, що забезпечує біологічний потенціал його життєдіяльності, необхідний для гармонійного розвитку. Для необхідності у збільшенні рухової діяльності студентів, та самореалізації у подальшій професійній діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бойко О.Г., Яценко О.В.. Фізичне виховання. Футбол. «Спеціальна фізична підготовка студентів футболістів». Методичні рекомендації до практичних занять. м. Київ, КНТЕУ, 2018, - 16 с. (в електронному вигляді)
2. Самоленко Т.В., Ковальова А.О., Дембіцька О.О., Гордійчук Б.В. Фізичне виховання. «Загальна фізична підготовка». Методичні рекомендації до практичних занять. м. Київ, КНТЕУ, 2018, - 28 с.
3. Хапсаліс Г.Л., Янченко І.М., Апайчев О.В. Фізичне виховання. Фітнес. «Елементи йоги в фітнес». м. Київ, КНТЕУ, 2018, - 26 с.
4. Ковальова А.О., Приходько В.М., Самоленко Т.В., Коптєв К.Г. Фізичне виховання. «Оздоровчий біг та туризм». м. Київ, КНТЕУ, 2018, - 22 с. (в електронному вигляді).
5. Пивоваров А.А., Черепов О.В., Коптєв К.Г. Фізичне виховання. «Атлетична гімнастика. Вправи для м'язів рук». м. Київ, КНТЕУ, 2018, - 25 с.
6. PHYSICAL EDUCATION CURRICULUM Academic Degree «Bachelor» Fields of Science 05 «Social and Behavioral Sciences Management and Administration 07. V.G. Gamov., M.Y. Korop, N.L. Chaychenko, Vykovska L.B., T.V. Samoylko, A.A. Dembitska, D.S. Yeltsov, I.V. Gamova Kyiv, KNUTE, 2017 11с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Згідно теорії та методики фізичного виховання.

Методи оцінювання. Державні тести і нормативи для щорічного оцінювання рівня фізичної підготовленості населення України.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. НАЗВА. ПРАВОЗНАВСТВО

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019-2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Петлюк Ю.С., доц., канд. юрид. наук, доцент кафедри загальноправових дисциплін; Бондаренко Н.О., доц., канд. юрид. наук, доцент кафедри загальноправових дисциплін; Корягіна А.Н, канд. юрид.

наук, доцент кафедри загальноправових дисциплін; Мушенко В.В., доц., докт. юрид. наук, доцент кафедри загальноправових дисциплін; Мельниченко Р. В., канд. юрид. наук, асистент кафедри загальноправових дисциплін; Сухацький Р.П., канд. істор. наук, доцент кафедри загальноправових дисциплін; Шестопалова Л.М., с.н.с., канд. юрид. наук, професор кафедри загальноправових дисциплін

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання з предмету «Право» повної загальної середньої освіти.

Зміст. Основи теорії держави. Загальне поняття права. Норми права. Джерела права. Система права. Реалізації права. Поняття законності і правопорядку. Правопорушення та юридична відповідальність. Конституційне право – провідна галузь національного права України. Органи державної влади і місцевого самоврядування. Поняття цивільного права. Суб'єкти цивільного права. Цивільно-правові правочини. Представництво в цивільному праві. Зобов'язальне право. Основи сімейного права України. Поняття, зміст, виникнення трудових правовідносин. Припинення трудових правовідносин. Правове регулювання робочого часу і часу відпочинку. Трудова дисципліна, дисциплінарна та матеріальна відповідальність. Правове регулювання трудових спорів. Адміністративна відповідальність та інші заходи адміністративного примусу. Загальне поняття кримінального права та кримінальної відповідальності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Основи правознавства України: Навч. посібник / За ред. Ю.І. Крегула – К.: КНТЕУ, 2019.-528с.
2. Крегул Ю.І., Правознавство: термінологічний словник: навч. посібник./ Ю.І. Крегул, Л.М. Шестопалова; за редакцією Професора Ю.І.Крегула.- Київ: КНТЕУ, 2018.-268с.
3. Кунченко-Харченко В. І. Правознавство : навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / В. І. Кунченко-Харченко, В. Г. Печерський, Ю. Ю. Трубін. - Київ : Кондор, 2011. - 474 с.
4. Залипецький М.Т. Правознавство / М.Т. Залипецький, В.Т. Машика. – Ужгород: Т.: Ліра, 2013.
5. Правознавство: підручник / О.В. Дзера (відпов. Ред.), - 10-е вид., перероб. і доп. – К.: Юрінком Інтер, 2008.
6. Марчук В.М. Теорія держави і права / В.М. Марчук, О.В. Корольков. –К: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2012. – 416 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій. Лекції (оглядова/ тематична / проблемна/ лекція- консультація/ лекція конференція), семінарські практичні,(тренінг/презентація/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація) заняття, самостійна робота, консультації.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. НАЗВА. КАТЕГОРІЇ ТА СИСТЕМАТИКА ТОВАРІВ У РИТЕЙЛІ.

Тип. Обов'язкова, за вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мостика К.В., доц., канд. техн. наук, доц. кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю.

Результати навчання. Формування знань про поняття і роль систематики та категорій товарів у ритейлі, наукові принципи і методи класифікації товарів, принципи формування асортименту товарів і товарних категорій; вплив транснаціональних корпорацій та відомих брендів на формування асортименту товарів; структуру та особливості формування категорій товарів у ритейлі, призначення та структуру національних та міжнародних класифікаторів товарів. Набуття студентами навичок формувати асортимент та категорії товарів у ритейлі, характеризувати споживні властивості товарів з метою формування товарних категорій, визначати класифікаційні ознаки товарів, аналізувати структуру асортименту товарів, ідентифікувати товари за маркуванням, класифікувати товари за національними та міжнародними класифікаторами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Не передбачено.

Зміст. Вивчення принципів і методів наукової класифікації товарів, споживних властивостей товарів як фактора їх систематики, класифікаторів ДКПП, ЄЗС та УКТЗЕД, класифікації товарів за регламентами Європейського парламенту і Ради ЄС, принципів формування товарних категорій у ритейлі, асортименту товарів та його складників.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Національний класифікатор України «Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016:2010». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/rada/show/v457a609-10#n133>
2. Національний класифікатор України «Єдиний закупівельний словник ДК 021:2015». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/rada/show/v1749731-15#n14>
3. International Standard Organization. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iso.org/>
4. Common procurement vocabulary. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/growth/single-market/public-procurement/rules-implementation/common-vocabulary_en
5. Класифікація товарів / Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sfs.gov.ua/baneryi/](http://sfs.gov.ua/baneryi/http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/klasifikatsiya-tovariv/)<http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/klasifikatsiya-tovariv/>

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

– лекції (тематичні);

– практичні заняття (практичні приклади класифікації товарів залежно від споживних властивостей, визначення кодів товарів за різними класифікаторами, формування товарних категорій у ритейлі, презентація, семінари).

Методи оцінювання.

– поточний контроль – опитування, тестування, контрольна робота;
– підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. НАЗВА. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова, за вибором.

Рік навчання. 2019/2020, 2020/2021.

Семестр. II, III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Зубко Т.Л., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри економіки та фінансів підприємства

Результати навчання. Формування у студентів знань та вмінь в сфері бізнес-планування. Набуття навичок формувати цілі; вміння самостійно шукати, аналізувати та відбирати необхідну інформацію, проводити дослідження відповідного ринку та виявляти тенденції його розвитку; вміння розробляти бізнес-моделі ідеї, проекту, підприємства; розробляти бізнес-план, перевіряти реалістичність бізнес-ідеї та оцінювати можливості ініціатора проекту щодо реалізації бізнес-плану; вміння проводити аналіз ефективності бізнес-плану, застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення.

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

Зміст. Бізнес-план як інструмент управління бізнесом у ринковій системі господарювання. Цілі розробки бізнес-плану, методологія складання за різними стандартами. Комп'ютерні засоби підтримки розробки бізнес-плану. Підготовча стадія розроблення бізнес-плану. Вимоги до змісту та методика розробки аналітичного розділу бізнес-плану Маркетинговий план. Виробничий план. Організаційний план. Оцінка ризиків. Фінансовий план. Діагностика бізнес-плану та оцінка ефективності його реалізації. Презентація бізнес-плану.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби .

1. Бескровна Л.О. Бізнес-планування підприємства: навч. посіб. [з курсу «Бізнес-планування оператора зв'язку»] / Бескровна Л.О. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012 – 124 с.
2. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.
3. Гетало, В. П. Бізнес-планування: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів / В. П. Гетало, Г. О. Гончаров, А. В. Колісник. – К. : Професіонал, 2012. – 240 с.
4. Должанський, І. З. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 384 с.
5. Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. – К. : Знання, 2013. – 173 с.

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

- лекції (тематична / проблемна / лекція-консультація;
- семінарські / практичні / тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / моделювання ситуацій / «мозкова атака» / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе / звіту / конспекту / задачі / ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. НАЗВА. ЕСТЕТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Разіцький В.Й., доц., канд. іст. наук, доц. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Виховання культурно розвинутого студентства, розкриття сутності законів краси і гармонії, щоб майбутні фахівці не мислили стереотипами, а могли гідно спілкуватися на мистецькі теми, сформували розуміння якості та відчуття довершеності, отримали мотивацію до поглиблення знань і професійних якостей.

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

Зміст. Проблемне поле естетики як науки та навчальної дисципліни. Історія становлення та розвитку естетичної думки. Основні естетичні категорії. Естетична свідомість та її структура. Естетика літератури. Мистецтво як засіб естетичного розвитку. Естетика в житті людини і суспільства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Гуцаленко Л. В. Державний фінансовий контроль: навч. Посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. В. Гуцаленко, В. А. Дерій, М. М. Коцупатрий. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 424 с.
2. Левчук Л. Т., Панченко В. І., Оніщенко О. І., Кучерюк Д. Ю. Естетика: Підручник / За заг. ред. Л. Т. Левчука. – 3-тє вид., допов. і переробл. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 520 с.
3. Прилуцька А. Є. Культурологія (культурологія, етика, естетика) : навч. посіб. / [А. Є. Прилуцька, Є. М. Корабльова]. – Харків : Торсінг плюс, 2009. – 288 с.
4. Естетика: Навч. посіб. / В. О. Лозовий, М.П. Колесніков, О.В. Колеснікова. – К. : Юрінком Інтер, 2005. – 208 с.
5. Кормич Л. І., Багацький В. В. Естетика. – Харків : Одиссей, 2004. – 304 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (опитування, колоквиуми, тестування);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.13. НАЗВА. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. іст. наук., доцент кафедри філософських і соціальних наук.

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

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

Зміст. Давня історія України. Київська та Галицько-Волинська Русь. Українські землі у складі Великого Князівства Литовського та Речі Посполитої. Козацька доба в історії українського народу. Гетьманщина. Українські землі під владою Російської імперії. Українські землі в складі Австро-Угорської імперії. Україна у Першій світовій війні. Українська революція 1917 р. і діяльність Центральної Ради. Національно-визвольні сили 1918 – 1920-х рр. Гетьманат П. Скоропадського та Директорія Україна в умовах становлення радянської влади.

Україна під час Другої світової війни (1939-1945 рр.). Післявоєнна відбудова і розвиток України в 1945 – початку 1950-х років Лібералізація політичного життя та економічні перетворення в Україні 1950-1970-х роках. Україна у період загострення кризи радянської системи. Відродження Незалежності України. Україна на етапі розбудови незалежності (1994-2004 рр.). Україна на початку XXI ст. Україна в світових процесах.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Бадах Ю.Г. Історія України. Навчальний посібник / Ю.Г.Бадах, П.П.Притуляк (відп. ред.), Л.В.Губицький, І.О.Кизименко, Н.М.Литвин. – К.: КНТЕУ, 2010. – 547 с.
2. Історія України: підручник для студентів неісторичних спеціальностей вищих навчальних закладів / [О. М. Бут, М. І. Бушин, Ю. І. Вовк та ін.] – Черкаси, 2016. – 644 с.
3. Вортман Д., Гордієнко Я., Майоров М. – TERRA UCRAINICA. Історичний атлас України і сусідніх земель. Від кімерійців до сьогодення./ Д. Вортман, Я. Гордієнко, М. Майоров – Х., 2018
4. Мацієвський Ю. В. У пастці гібридності: зигзаги трансформацій політичного режиму в Україні (1991-2014)./ Ю. В. Мацієвський – Чернівці: Книги – XXI, 2016. – 552 с.
5. Україна у Великій війні 1939-1945: науково-популярне видання. – К.: Емма, 2014. – 264 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.14. НАЗВА. ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Литвин Н.М., доц., канд. істор. наук., доцент кафедри філософських і соціальних наук.

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 і охороняти культурні здобутки України.

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Висоцький О.Ю. Історія української культури: Навчальний посібник / О.Ю. Висоцький. – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2009. – 130 с.
2. Закович М. Українська та зарубіжна культура / М. Закович. – К.: Знання, 2009. – 584 с.
3. Історія української культури: навч. посіб. / В.М. Шейко, В.Я. Білоцерківський. – К.: Знання, 2013. – 271 с.
4. Історія української культури: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.І. Кулагін, Ю.Г. Бадах, Н.А. Латигіна та ін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 628 с.
5. Історія української та зарубіжної культури: Навч. посіб./ С. Калапчук, В. Остафійчук, Ю. Горбань / 5-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2009. – 358 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням новітніх інтерактивних засобів, круглі столи, конкурси, творчі вечори, олімпіади.

Методи оцінювання.

- поточний (усне опитування, тестування);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. НАЗВА. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. істор. наук, доцент кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Розуміння значення національного культурного надбання слугує вагомим підґрунтям для формування національної свідомості майбутніх спеціалістів, становлення патріотично налаштованих громадян держави.

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

Зміст. Культурна спадщина України: зміст, засади та принципи збереження. Археологічні пам'ятки культурної спадщини України. Церковно-монастирська спадщина України. Фортеці та замки України. Міста та історико-архітектурна спадщина України. Природна та етнокультурна спадщина України. Визначні пам'ятні місця та меморіали України. Музеї та колекції України.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Зотов В. М. Українська та зарубіжна культура [Текст] : словник культурологічних термінів: Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів / В. М. Зотов, А. В. Клімачова, В. О. Таран. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 264с.
2. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України: монографія / К. А. Поливач. — К. : Ін-т географії, 2012. — 208 с.
3. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М. Й. Рутинський ; Львів. нац. ун-т. — К. : Центр навчальної літератури, 2009. — 430 с.
4. Стецюк В. В. Природна та етнокультурна спадщина України: новітні дослідження / В. В. Стецюк, В. Г. Пазинич, Т. І. Ткаченко; за ред. В. В. Стецюка. — К. : Вища школа, 2012. — 344 с.
5. Пам'яткознавство [Текст] : Посібник для початківців / Уклад.: Л. О. Гріффен, О. М. Титова ; Національна Академія Наук України, Центр пам'яткознавства, Українське товариство охорони пам'яток історії та культури. - К. : Центр пам'яткознавства НАН України та УТОПК, 2014. — 212 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (опитування, колоквіуми, тестування);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.16. НАЗВА. НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ В СВІТОВІЙ ГЕОПОЛІТИЦІ ТА ГЕОЕКОНОМІЦІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Губицький Л.В., доц., канд. іст. наук., доцент кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни у студентів повинно бути сформовано розуміння національних інтересів держав у різних регіонах світу в умовах глобалізації й регіоналізму; механізмів реалізації геополітичних та гео економічних інтересів; основних термінів, які вживаються при аналізі геополітичних та гео економічних інтересів у світовій політиці.

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

Зміст. Предмет, об'єкт та завдання курсу «Національні інтереси в світовій геополітиці та гео економіці». Методологічна основа курсу. Періодизація і структура курсу. Основні наукові геополітичні категорії і поняття. Геополітичне положення країни: сутність, властивості, значення. Історіографія до курсу «Національні інтереси в світовій геополітиці та гео економіці». Концептуальні засади формування геополітичних інтересів держав. Геополітичні та гео економічні інтереси у відносинах держав Європейського Союзу. Геополітичні та гео економічні інтереси в зовнішній політиці Російської Федерації. Геополітичні та гео економічні інтереси в зовнішній політиці України. Геополітичні та гео економічні інтереси у відносинах держав Південного Кавказу. Геополітичні та гео економічні інтереси у відносинах держав Центральної Азії. Геополітичні та гео економічні інтереси в зовнішній політиці держав Східної, Південно-Східної та Південної Азії. Геополітичні та гео економічні інтереси у відносинах близькосхідних держав. Геополітичні та гео економічні інтереси в зовнішній політиці держав Латинської Америки, США і Канади. Геополітичні та гео економічні інтереси в зовнішній політиці держав Африки. Геополітичні та гео економічні інтереси в зовнішній політиці Австралії та Нової Зеландії.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дорошко М. С, Шпакова Н. В. Держави пострадянського простору у світовій політиці. - К., 2010.
2. Орлова Т. В. Історія нових незалежних держав: навч. посіб. - К, 2010.
3. Федоренко О. Проблема тенденцій становлення геополітики досліджень як напряму української політичної думки першої третини ХХ століття [Електронний ресурс] / О. Федоренко // Наук. зап. Ін-ту політ. і етнонац. дослідж. ім. І.Ф. Кураса : зб. наук. праць. – Київ, 2011. – Вип. 5. – С. 136–148.
4. Шульга М. А. Аналіз російської геополітики в контексті європейського вибору України (за працями М. Грушевського, І. Лисяка-Рудницького та В. Липинського) [Електронний ресурс] / М. А. Шульга // Гуманітар. вісн. Запоріж. держ. інж. академії : зб. наук. праць. – Запоріжжя, 2009. – Вип. 24. – С. 144–155
5. Дорошко М.С. Геополітичне середовище та геополітична орієнтація країн СНД. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 204 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.17. НАЗВА. ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Разіцький В.Й., доц., канд. іст. наук, доцент кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Формування у студентів системного, цілісного уявлення про основні закони ораторського мистецтва як науки, спрямованої на розвиток інтелекту, та культури мовлення майбутнього фахівця.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Ораторське мистецтво як навчальна дисципліна. Теорія мовлення – методологічна основа ораторського мистецтва. Красномовство. Основи ораторської майстерності. Оратор і аудиторія. Основні правила та вимоги підготовки оратора до публічного виступу. Основи техніки мовлення. Фігури мовлення в ораторському мистецтві.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Єлісовенко Ю. П. Ораторське мистецтво. Постановка голосу й мовлення [Текст] : навч. посібник / Ю. П. Єлісовенко. – К. : Атіка, 2009. – 204 с.
2. Кацавець Р. С. Ораторське мистецтво : підручник. / Р. С. Кацавець. – К.: Алерта, 2014. – 238 с.
3. Олійник О. Риторика : навч. посіб. для студ. вузів / О. Олійник. – К. : Кондор, 2009. – 170 с.
4. Ораторське мистецтво : навч.-метод. посіб. / І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін.; за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – 2-ге вид., стер. – К. : НАДУ, 2011. – 128 с.
5. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін.; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. – 2-ге вид. – Х. : Право, 2015. – 208 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.18. НАЗВА. РЕЛІГІЄЗНАВСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Губицький Л.В., доц., канд. іст. наук, доцент кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Формування розуміння та усвідомлення сутності релігійних течій та проблем сучасного релігійного життя.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Людина і світ».

Зміст. Релігія як феномен духовної культури. Ранні форми релігії. Національні релігії світу. Походження та сутність християнства. Православ'я. Католицизм. Протестантизм. Буддизм, іслам. Нетрадиційні релігії та культури. Релігійне життя сучасної України. Біблія як священна книга і як культурно-історичний феномен.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Релігієзнавство: Навчальний посібник. 2-ге вид. / За ред. Мозгового Л. І., Бучми О. В. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 264 с.

2. Борозенець Т.А., Гаврилюк Т.В. Б 83 Релігієзнавство: навч. посіб. / Т.А. Борозенець, Т.В. Гаврилюк // За ред. І.Ф.Надольного. — К., 2013. — 185 с.

3. Докаш В. Релігієзнавство : Навчальний посібник / За ред. В. Докаша, Г. Коцур та ін. — Чернівці : Рута, 2009. — 288 с.

4. Лубський В. Релігієзнавство: Підручник. / В.Лубський, В.Теремко. — К.: Академвидав, 2011. — 432 с.

5. Навчально-методичний посібник для самостійної роботи та практичних занять з навчальної дисципліни «Релігієзнавство»/ уклад.: О. М. Юркевич, С. В. Качурова. — Х.: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2014. — 37 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські заняття з використанням інноваційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (комп'ютерне тестування, опитування, письмові контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.19. НАЗВА. СВІТОВА КУЛЬТУРА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кравченко А.А., проф., докт. істор. наук, проф. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Формування системи знань про світовий культурний процес, засвоєння загальнолюдських культурних цінностей, формування її моральних і естетичних потреб.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання з культурології, історії України, історії української культури.

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Латигіна Н.А. Іслам: шлях крізь століття : монографія / Н.А. Латигіна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 360 с.
2. Греченко В. А. Історія світової та української культури з тестовими завданнями : довідник для школярів та студентів / В. А. Греченко, І. В. Чорний. – К. : Літера ЛТД, 2009. – 416 с.
3. Культурологія : теорія та історія культури : навч. посіб. / за ред. І. І. Тюрменко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 170 с.
4. Шейко В. М. Історія української культури : навч. посіб. / В. М. Шейко, В. Я. Білоцерківський. – 2-ге вид. – К. : Знання, 2010. – 271 с.
5. Шейко В. М. Історія української культури : навч. посіб. / В. М. Шейко, Л. Г. Тишевська. – К. : Кондор, 2010. – 360 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (опитування, колоквиуми, тестування);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.20. НАЗВА. УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ).

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шашенко С.Ю., канд. пед. наук, доцент кафедри сучасних європейських мов.

Результати навчання. Підвищення рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування в його усній і писемній формах; вироблення навичок практичного володіння мовою в різних видах мовленнєвої діяльності, зумовленої професійними потребами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Українська мова» рівня повної середньої освіти.

Зміст. Українська мова – національна мова українського народу, державна мова України. Культура ділового мовлення. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови. Лексика і фразеологія української мови в професійному спілкуванні. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. Ділова кореспонденція. Етикет службового листування. Українська термінологія в професійному спілкуванні. Проблеми перекладу і редагування наукових текстів. Усне ділове спілкування. Риторика і мистецтво презентації.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гопанчук І.Г., Шашенко С.Ю. Українська мова у діловому спілкуванні: навч. посібн. для вищ. навч. закл. - К. : КНТЕУ, 2018.- 170 с.
2. Мацюк З., Станкевич М. Українська мова професійного спілкування: навч. посіб. – К : Каравела, 2017. - 352 с.
3. Погиба, Л. Г., Гребіниченко Т.О., Голіченко Л.М. Українська мова фахового спрямування: підручник. – Київ: Кондор, 2017. - 352 с.
4. Український правопис / НАН України, Ін-т мовознавства ім. О.О. Потребні; Ін-т української мови – К.: Наукова думка, 2017.- 288 с.
5. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення. – К.: Алерта, 2017.- 307 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Пояснювально-ілюстративні, дослідницькі, евристичні, проблемні, дискусійні, інтерактивні методи та технології викладання.

Методи оцінювання.

– поточний контроль (усне і фронтальне опитування, тестування, контрольна робота, перевірка самостійної роботи, індивідуальних творчих завдань, презентацій);
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.21. НАЗВА. ФІЛОСОФІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Морозов А.Ю., проф., докт. філософ. наук, професор кафедри філософських і соціальних наук.

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання та навички з психології, історії України, історії української культури.

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Шкепу М.О. Філософія. Навчальний посібник. – К.: КНТЕУ, 2010. – 347 с.
2. Морозов А.Ю. Інтуїція в пошуках добра. Монографія – К., Логос, 2013. – 416 с.
3. Причепій Є.М., Черній А.М., Чекаль Л.А. Філософія: Підручник. – К.: Академвидав, 2009. – 592 с.
4. Філософія. Хрестоматія. – Навч. посібн. – К.: КНТЕУ, 2010. – 160 с.
5. Петрушенко В.Л. Філософія: Підручник. – Л.: Магнолія 2006, 2009. – 505 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (опитування, колоквиуми, тестування);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.22. НАЗВА. СТАТИСТИКА.

Тип. Обов'язкова

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Пирожков С.І., проф., д.-р. екон. наук, завідувач кафедри статистики та економетрії; Міщенко Я.О., канд. екон. наук, доц. кафедри статистики та економетрії; Чорний А.Ю., доц. , канд. екон. наук, доц. кафедри статистики та економетрії; Антонюк О.А., ст. викл. кафедри статистики та економетрії.

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок статистичної оцінки економічних явищ і процесів суспільного життя, оволодіння методами статистичного аналізу. Формування вмінь: проводити статистичні дослідження, обчислювати узагальнюючі показники, будувати статистичні таблиці, графіки, виявляти закономірності та тенденції розвитку досліджуваних явищ.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Вища та прикладна математика».

Зміст. Методологічні засади статистики. Організація статистики в Україні. Статистичні спостереження. Зведення та групування статистичних даних. Узагальнюючі статистичні показники та загальні принципи їх застосування: абсолютні і відносні величини; середні величини. Варіаційні ряди розподілу. Ряди динаміки. Індексний метод. Вибірковий метод. Статистичні методи вимірювання взаємозв'язків.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Горкавий В. К. Статистика : навч. посіб. / В.К. Гаркавий – вид. 2-ге, перероб. і допов. – Київ : Алерта, 2012. – 608 с.
2. Стегней, М. І. Статистика: кредитно-модульний курс: навч. посіб. / М. І. Стегней, І. О. Іртищева. – Київ : Кондор, 2013. – 305 с.
3. Мармоза А.Т. Теорія статистики: підручник / А.Т. Мармоза. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 592 с.
4. Попов І.І. Статистика. Практикум / І.І. Попов – К. : КНТЕУ, 2016. – 160 с.
5. Лугінін О.Є, Фомішин С.В. Статистика національної та міжнародної економіки: навч. посіб. / О.Є. Лугінін, С.В. Фомішин – Львів: «Новий світ – 2000», 2014.- 471 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота.

Методи оцінювання

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.23. НАЗВА. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В РИТЕЙЛІ.

Тип. Обов'язкова/ за вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III, IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Палагута К.О., к.е.н., доц. кафедри програмної інженерії та інформаційних систем.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни (компетентності) студенти повинні знати: сутність технологічного забезпечення та його місце в інформаційній системі; функціональні можливості ППП для роздрібної торгівлі; режими оброблення інформації та їх вплив на інформаційну технологію; особливості та структура інформаційного забезпечення системи; методiku проведення торговельних операцій; особливості роботи з документами, правила оформлення операцій; вміння працювати з ППП: 1С: Підприємство – Роздрібна торгівля; АВМ Retail; Sybase Mobile Sales.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Вища та прикладна математика», «Основи підприємництва».

Зміст. Визначення, структура інформаційної системи. Принципи створення та функціонування інформаційних систем у сфері економіки. Життєвий цикл інформаційних систем. Сучасні підходи до створення інформаційних систем. Платформа «1С: Підприємство» – призначення, сфера застосування. Каталог платформи, варіанти роботи із системою. Бази даних в 1С: Підприємство та їх узагальнена структура. Створення бази даних в 1С: Підприємство. Основні об'єкти конфігурації. ПП 1С: Підприємство – Роздрібна торгівля: характеристика, призначення. Технологія обліку руху товару, аналізу продажу та замовлень постачальникам. Контроль поставок на замовлення. Продаж у роздріб. Управління знижками. Реєстрація руху товарів у розрізі аналітик. Аналіз діяльності підприємства. Робота з торговельним устаткуванням. Система АВМ Retail: функціонал системи. Управління товарними категоріями, формування оптимального асортименту товарів. Організація обміну даними між офісними програмами та програмою для роздрібної торгівлі. Адаптація бізнес-процесів і програми для роздрібної торгівлі. Системи мобільної торгівлі: призначення, характеристика. Функції CRM-систем. Системи Sybase Mobile Sales, Microsoft Dynamics CRM Mobile, Oracle CRM.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Інформаційні системи в менеджменті: підруч. для студ. вищ. навч. закл. Ч.2 / В. О. Новак, В. В. Матвеев, В. П. Бондар, М. О. Карпенко. – Київ : Каравела, 2010. – 536с.
2. Плєскач В. Л. Інформаційні технології та системи: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навч.закладів / В. Л. Плєскач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. – К. : Книга, 2004. – 520с.
3. Інформаційні системи в сучасному бізнесі: навч. посіб. / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова, Г. О. Плєханова. – Харків : ХНЕУ, 2011. – 483 с.
4. Інформаційні системи в економіці: навч. посіб. / В. С. Пономаренко, І. С. Золотарьова, Р. К. Бутова, Г. О. Плєханова. – Харків : ХНЕУ, 2011. – 176 с.

5. Шило С. Г. Інформаційні системи та технології: навч. посіб. / С. Г. Шило, Г. В. Щербак, К. В. Огурцова. – Харків : ХНЕУ, 2013. – 219 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Вивчення дисципліни проводиться шляхом лекційних (аудиторних) та лабораторних занять (в комп'ютерному класі на ПК), що забезпечують закріплення теоретичних знань, сприяють засвоєнню практичних навичок роботи з ППП.

Методи оцінювання. Для визначення рівня успішності студентів використовується система комплексної діагностики знань, яка зорієнтована на стимулювання систематичної аудиторної та самостійної роботи студентів. При вивченні дисципліни використовуються наступні форми контролю знань студентів:

– поточний контроль (письмове тестування, усне опитування, перевірку самостійної роботи);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська

4.24. НАЗВА. МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Безус А. М., с.н.с, канд. техн. наук, доц. кафедри менеджменту; Беляєва Н. С., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту; Сичова Н. В., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту; Силкіна Ю. О., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту; Хмурова В. В., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації та прийняття адекватних управлінських рішень.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство».

Зміст. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Організація як об'єкт управління. Закони, закономірності та принципи менеджменту. Функції менеджменту та процес управління. Планування як загальна функція менеджменту. Організування як загальна функція менеджменту. Мотивування як загальна функція менеджменту. Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту. Методи менеджменту. Управлінські рішення. Інформація та комунікації в менеджменті. Керівництво та лідерство. Організація праці менеджера. Відповідальність та етика в менеджменті. Культура організації та менеджменту. Результативність та ефективність менеджменту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Основи менеджменту : підручник / за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. – Харків : Фоліо, 2014. – 846 с.

2. Менеджмент : навч. посіб. / [Г. О. Дорошенко та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Г. О. Дорошенко. – Харків: ВСВ-Принт, 2015. – 299 с.

3. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник / В. Г. Федоренко. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.
4. Daft R. Management / Richard L. Daft; 12th ed. – Gengage Learning, 2015. – 767 p.
5. Gulati R. Management / Richard Gulati, Anthony J. Mayo, Nitin Nohria; 1st ed. – South-Western Pub, 2016. – 567 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, тренінги, робота в малих групах, кейс-стаді, рольові та ділові ігри, аналітичні та практичні вправи, виїзні заняття).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, аналітично-розрахункових та творчих задач, захист індивідуальних та групових проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.25. НАЗВА. ДИПЛОМАТИЧНИЙ ТА ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ЕТИКЕТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Красільнікова О.В., доц., канд. істор. наук., доц. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Ознайомлення з основними поняттями дипломатичного протоколу, етикету і церемоніалу, а також сукупністю специфічних норм, правил і умовностей здійснення дипломатичних взаємодій між офіційними представниками держав і міжнародних організацій та в міжнародній підприємницькій діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Ораторське мистецтво», «Етика бізнесу».

Зміст. Дипломатичний протокол та етикет як засіб реалізації міжнародної діяльності; основні норми і традиції дипломатичного протоколу в діяльності дипломатичних представників; міжнародна ввічливість держав; протокольні аспекти проведення заходів; методи і засоби дипломатичної комунікації; дипломатичні прийоми; діловий етикет як складова іміджу дипломата як держслужбовця; правила поведінки поза службою; дипломатичний протокол та національні особливості етикету країн світу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет: підруч. / О.П. Сагайдак. – 2-ге вид., випр. – Київ : Знання, 2012 – 262 с.
2. Станчев М.Г. Дипломатичний протокол та етикет: навч.-метод. Посіб / М.Г. Станчев, Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 96 с.
3. Балабанов К. В., Трофименко А. В. Дипломатична та консульська служба : підручник для студентів ВНЗ / К. В. Балабанов, М. В. Трофименко. – Донецьк : Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013. – 432 с.

4. Зовнішня політика України в умовах глобалізації. Анотована історична хроніка міжнародних відносин (2008-2013). – Київ: Інститут історії України НАН України / Відп. ред. С.В. Віднянський. 2015. – 378 с .

5. Потульницький В. Дипломатія Павла Скоропадського. Військово-дипломатичні стосунки гетьмана з острівними монархіями у 1926-1943 рр. : до 140-річчя від народж. гетьмана Павла Скоропадського : [моногр.] / В. Потульницький. – Харків : Акта, 2014. – 311 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

– поточний (проекти, опитування);

– підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.26. НАЗВА. ЕТИКА БІЗНЕСУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Радченко С.Г., доц., доц. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Оволодіння знаннями етичних норм професійної діяльності та навичками їх використання.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Менеджмент».

Зміст. Етика бізнесу як навчальна дисципліна. Інтегрування ділової етики в сучасне бізнес-середовище. Корпоративне управління як засіб етичного регулювання взаємовідносин в колективі. Етичні основи ділових відносин у бізнесі. Діловий етикет як засіб організації професійної взаємодії. Стиль і манери ділової людини. Етичні стандарти організації і проведення ділових комунікативних заходів. Етика у міжнародних ділових стосунках.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Баранівський В. Ф. Етика бізнесу : Навчальний посібник. / В. Ф. Баранівський, Т. Г. Скворцова. – К.: Видавець ПАЛИВОДА А.В., 2009. – 200 с.

2. Лихолат С. М. Етика бізнесу : навч. посіб. / С.М. Лихолат, І. Б. Гапій. – К. : Знання, 2013.– 367 с.

3. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Навч. посіб. / С. Г. Радченко. – 2-е вид., переробл. і допов. – К.: КНТЕУ. 2014. – 396 с.

4. Радченко С. Г. Етика бізнесу. Практикум. Навчальний посібник. / С. Г. Радченко. – К. : КНЕУ, 2009. –192 с.

5. Седова Л. Н. Этика бизнеса : учебное пособие. Ч. 1 / Л. Н. Седова, А. А. Малюкина. – Х : Изд. ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2014. – 492 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, практичні заняття з використанням кейсів, інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

– поточний контроль (опитування, тестування, захист індивідуальних проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.27. НАЗВА. ЛОГІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гудков С.О, доц., канд. філософ. наук, доц. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Формування і вдосконалення логічної культури мислення студентів, розвиток у них абстрактного і критичного мислення, формування логічного мислення як засобу пізнання навколишнього світу та самого себе, регулювання інтелектуальної діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Філософія».

Зміст. Логіка як наука та її значення. Поняття як форма мислення. Судження та відношення між ними. Запитання і відповіді. Закони формальної логіки. Умовивід. Логіка наукового пізнання. Логічні основи доведення та спростування.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Павлов В.І. Логіка у запитаннях, відповідях і аргументаціях : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.І. Павлов. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 408с.
2. Алфьоров С.М. Логіка для юристів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С.М. Алфьоров. – Київ : КНТ : Дакор, 2011. – 131с.
3. Тофтул М.Г. Логіка: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. / М.Г. Тофтул. – К. : Академія, 2006. – 400с.
4. Хоменко І.В. Логіка: теорія та практика : Підручник для студ. вищ. навч. закл. / І.В. Хоменко. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 398с.
5. Кулагін Ю.І., Войціцька І.В. Логіка: навч. посіб. / Ю.І.Кулагін, І.В. Войціцька. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 94 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

- поточний (проекти, опитування, комп'ютерне тестування, контрольна робота);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.28. НАЗВА. ПОЛІТОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Латигіна Н.А., проф., докт. пол. наук, проф. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Формування цілісної, логічної, послідовної системи знань про політику як суспільне явище і соціальний феномен.

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

Зміст. Політика та наука про політику. Основні етапи розвитку політичної думки. Політична влада як інструмент політики. Ресурси і види влади. Сутність, специфічні ознаки та особливості політичної влади. Політична еліта і політичне лідерство. Політична система суспільства. Політичний режим як механізм функціонування політичної системи суспільства. Держава як політичний інститут. Політичні партії, громадсько-політичні об'єднання та рухи. Політична культура та політичні ідеології. Політичні процеси. Політичні конфлікти: сутність, типологія, функції та шляхи їх розв'язання. Вибори і стадії виборчого процесу. Світовий політичний процес і міжнародна політика. Україна у системі міжнародних політичних відносин та її місце у сучасному геополітичному просторі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бебик В. М. Політологія. Наука і навчальна дисципліна: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. М. Бебик. — Київ : Каравела, 2012. — 495 с.
2. Політологія: наука про політику: підручник для студ. вищ. навч. закл. / М. І. Горлач, В. Г. Кремень. — Київ : Центр учбової літератури, 2009. — 840с.
3. Практикум з навчальної дисципліни "Політологія" : навч.-практич. посіб. / О. М. Кузь, І. В. Жеребяткова, Д. С. Коротков, О. М. Сахань. — Харків : ХНЕУ, 2009. — 208с.
4. Шляхтун П. П. Політологія: історія та теорія: підруч. для студ. вищ.навч. закл. / П. П. Шляхтун. — Київ : Центр учбової літератури, 2010. — 471с.
5. Латигіна Н.А. «Демократія: реалії versus утопії». Монографія Київ.нац.торг-екон.ун-т, 2009. – 400 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські / заняття з використанням інноваційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (комп'ютерне тестування, опитування, письмові контрольні роботи);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.29. НАЗВА. ПСИХОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шевченко В.Є., доц., канд. псих. наук, доц. кафедри психології; Старик В.А., канд. псих. наук, доц. кафедри психології.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студент має **знати:** актуальність, головні проблеми та завдання психології на сучасному етапі; основні закономірності функціонування та властивості психічних пізнавальних процесів, станів, утворень емоційно-вольової сфери та індивідуальних властивостей особистості; психологічні особливості спілкування, міжособистісних взаємин у сім'ї, стосунків у колективі; **уміти:** аналізувати індивідуально-психологічні особливості членів організацій; враховувати основні психічні, соціально-психологічні та

психофізіологічні прояви особистості в професійній та повсякденній взаємодії; здійснювати аналіз особливостей і умов професійної діяльності та враховувати їх вплив на функціональний стан і працездатність фахівця; формувати психологічні умови психічного і фізичного здоров'я; усвідомлювати та регулювати свою психічну сферу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання з основ біології рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Основні поняття та категорії психологічної науки і практики. Когнітивна сфера особистості – нижчі психічні пізнавальні процеси. Психічні утворення, властивості та емоційно - вольова сфера особистості. Психологічна характеристика темпераменту та характеру. Особистість в соціальній сфері. Психологія особистості та соціально-психологічні феномени особистості в групі. Вікові особливості формування самосвідомості. Психологія професійної діяльності. Психологічні умови сімейного благополуччя. Психологічні умови психічного і фізичного здоров'я.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Корольчук М.С., Крайнюк В.М., Марченко В.М. Основи психології: опорні конспекти, схеми, методики. – К.: Ніка-Центр, 2018. – 320 с.
2. Практична психологія. Навчальний посібник для студентів ВНЗ / Корольчук М.С., Корольчук В.М., Миронець С.М. та ін. – К. : Київ.нац.торг.ун-т, 2014.
3. Психологія праці в звичайних та екстремальних умовах: навч. посіб. / М. С. Корольчук, В. М. Корольчук, С.М. Миронець та ін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 652 с.¹
4. Максименко С.Д., Загальна психологія: – К.:ЦУЛ, 2017. – 272 с.
5. Психологія: Підручник / За заг. ред. Ю.Л. Трофімова. – К.: Либідь, 2015. – 558 с.
6. Дуткевич Т. В. Загальна психологія. Теоретичний курс. навч. посіб. / Т. В. Дуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 388 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. 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) .

Методи оцінювання.

- поточний (тестування усне, письмове опитування; перевірка підготовленого есе/ реферату/ дайджесту/ огляду/ звіту /конспекту/ презентації/ розрахунково-графічної роботи /проекту/ вправи/ задачі/ ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.30. НАЗВА. СОЦІАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ліпін М.В., доц., канд. філос. наук, доцент кафедри філософських і соціальних наук

Результати навчання. Формування цілісної, логічної, послідовної системи знань про феномен соціального лідерства як базового елементу групової організації, набуття навичок визначати рольові функції і типологічні характеристики лідерства, управління соціальними конфліктами в команді.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія», «Менеджмент».

Зміст. Сутність соціального лідерства в організації. Влада в організаціях. Джерела влади. Тактика і стратегія ефективного застосування влади. Динаміка влади: як втрачається влада, як змінюються організації. Рольові функції і типологічні характеристики лідерства. Політичний лідер: суть і типологія. Соціально-психологічний портрет лідера. Авторитарні політичні лідери. Демократичні політичні лідери. Особистісний ресурс та основні компетенції в реалізації лідерської позиції. Командоутворення як ключова задача лідерів-керівників. Соціальні конфлікти в команді і управління ними. Проблеми формування політичних лідерів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бандурка А.М. Психологія влади / А.М. Бандурка, В.А.Друзь. – Харків : Ун-т внутр. дел, 2013. – 295 с.
2. Головатий М. Ф. Політичний менеджмент / М. Ф. Головатий. – 2-ге вид., доповн. – Київ : Персонал, 2015. – 264 с.
3. Зущик Ю. Фігури. Політичне лідерство в сучасній Україні / Ю. Зущик, О. Кривошеєнко, В. Яблонський. – К. : Альтерпрес, 2011. – 215 с.
4. Кухта Б. Політична еліта : (кратократичний аспект) / Б. Кухта. – Вид. 3-тє, переробл. й допов. – Львів : ЦПД, 2011. – 417 с.
5. Політичне лідерство : навч. посіб. / авт. кол.; за заг. ред. В. А. Гошовської, Л. А. Пашко. – К. : НАДУ, 2013. – 300 с.
6. Рудич Ф.М. Чи багато влади потрібно владі? / Ф. М. Рудич. – К.: Довіра, 2012. – 360 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова); семінарські та практичні заняття з проведенням групових тренінгів, презентацій / моделюванням ситуацій / дискусій / кейс-стаді тощо.

Методи оцінювання.

- поточний (опитування, комп'ютерне тестування, письмові контрольні роботи, перевірка ситуаційних вправ);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.31. НАЗВА. СОЦІОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ліпін М.В., доц., канд. філос. наук, доц. кафедри філософських і соціальних наук.

Результати навчання. Засвоєння студентами системи соціологічних знань і на цій основі глибокого самостійного та критичного розуміння студентами соціального життя сучасної України.

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

Зміст. Соціологія як соціальна методологія та соціальна практика. Суспільство як соціально організована система. Соціальна теорія особистості. Соціальні спільноти та соціальні інститути. Соціальна взаємодія та соціальні процеси. Соціальні зміни в глобальному світі. Методологія соціального пізнання. Соціально-економічна антропологія. Соціально-економічні моделі суспільства. Соціологія праці та виробництва. Соціологія споживання. Соціологія фінансів: національний та глобальний рівні. Соціологія соціального передбачення та прогнозування. Соціологія підприємництва. Соціологія міжнародних економічних відносин. Соціологія засобів масової інформації. Соціологія реклами. Соціологія права. Соціологія менеджменту. Соціологія маркетингу. Методологія та методика соціологічних досліджень. Організація і техніка проведення соціологічних досліджень.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Курчаба Т. Соціологія : навч.-метод. посіб. / Тетяна Курчаба. – Львів: ПП Сорока Т. Б., 2015. – 183 с
2. Сірий Є. В. Соціологія: загальна теорія та методологія, історія розвитку, спеціальні та галузеві теорії : навч. посіб. / Є. В. Сірий. – Вид. 3-тє, випр. і доп. – Київ : Атіка, 2009. – 491 с.
3. Юрій М. Ф. Соціологія : підручник / М. Ф. Юрій. – Київ : Кондор, 2009. – 287 с.
4. Соціологія : підручник / за ред. В. М. Пічі. – Вид. 4-тє, випр. – Львів : Новий Світ, 2000, 2008. – 291 с
5. Лукашевич М. П., Туленков М. В. Соціологія. Заг. курс: Підручник. К.: Каравела, 2014. – 324 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські заняття з використанням інноваційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (комп'ютерне тестування, опитування, письмові контрольні роботи);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.32. НАЗВА. БЕЗПЕКА ЖИТТЯ.

Тип. Обов'язкова/ за вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гахович С.В., канд. техн. наук, доц. кафедри інженерно-технічних дисциплін.

Результати навчання. Знання сучасних проблем і головних завдань безпеки життєдіяльності та вміння визначити коло своїх обов'язків з питань виконання завдань професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення небезпек, які можуть спричинити надзвичайні ситуації та привести до несприятливих наслідків на об'єктах господарювання. Здатність приймати рішення щодо безпеки в межах своїх повноважень. Вміння обґрунтувати та забезпечити виконання комплексу робіт на

об'єкті з попередження виникнення надзвичайних ситуацій, локалізації та ліквідації їхніх наслідків. Вміння забезпечити координацію зусиль виробничого колективу в попередженні виникнення надзвичайних ситуацій та ліквідації їх наслідків. Формування вмінь створення безпечних умов праці для збереження здоров'я та працездатності під час трудової діяльності. Знання шкідливих і небезпечних факторів виробничої діяльності та заходів і засобів захисту від їх впливу на працівників. Організація практичної роботи на виробництві з урахуванням вимог, що забезпечують виконання законодавчих положень і вимог нормативної документації, безпеку технологічних процесів, безпеку експлуатації устаткування, пожежну профілактику.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Навчальна дисципліна «Безпека життя» займає провідне місце у структурно-логічній схемі підготовки фахівця за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр», оскільки є дисципліною, що використовує досягнення та методи фундаментальних та прикладних наук з філософії, біології, соціології, психології, екології, економіки, менеджменту, правознавства, трудового права.

Зміст. Фізіологічні та психологічні критерії безпеки людини. Середовище життєдіяльності людини. Природні загрози, характер їхніх проявів та вплив на людей, тварин, рослин, об'єкти економіки. Техногенні небезпеки та їхні наслідки. Типологія аварій на потенційно-небезпечних об'єктах. Соціально-політичні небезпеки, їхні види та особливості. Соціальні та психологічні чинники ризику. Оцінка ризиків на робочому місці. Безпека харчових продуктів. Цивільний захист України – основа безпеки у надзвичайних ситуаціях. Оцінка обстановки та захист населення і територій від надзвичайних ситуацій. Законодавча та нормативна база України про охорону праці. Організаційні основи та координація робіт з охорони праці. Система управління охороною праці згідно OHSAS 18001,18002 та настановою МОП-СУОП-2001(ILO-OSH 2001). Виробничий травматизм та професійні захворювання. Аналітична оцінка умов праці на робочому місці. Загальні питання гігієни, фізіології праці та виробничої санітарії. Повітря робочої зони. Параметри мікроклімату на робочих місцях. Освітлення. Вібрація. Шум. Виробничі випромінювання. Організаційно-технічні заходи і засоби безпеки. Аналітична оцінка умов праці. Атестація робочих місць. Електробезпека. Основні поняття та значення пожежної безпеки. Системи попередження пожеж та пожежного захисту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Желібо Є.П., Зацарний В.В. Безпека життєдіяльності: Підручник. – К.: Каравела, 2012. – 344с.
2. Запорожець О.І. Безпека життєдіяльності. 2-е видання. Підручник затверджений МОН України. . – К.: «Центр учбової літератури», 2016 р. – 448 с.
3. Безпека життєдіяльності [Текст] [Текст] : нормат. док. для навч. закл. / упоряд.: М.В. Васильчук, Ю.В. Бадюк; відп. за вип. М.В. Васильчук. – вид. 4-те, переробл.. і допов. – Київ : Основа, 2010. – 1015 с.
4. Основи охорони праці. Гандзюк М.П., Желібо Є.П., Халімовський М.О. Підручник. — К.: Каравела, 2012. — 384 с.
5. Основи охорони праці: Підручник. 3-е видання, доповнене та перероблене. К.Н. Ткачук, М. О. Халімовський, В. В. Зацарний, Д. В. Зеркалов, Р. В. Сабарно, О. І.

Полукаров, В. С. Козяков, Л. О. Мітюк, Ю. О. Полукаров. За ред. К. Н. Ткачука. – К.: Основа, 2011. – 448 с.

6. Кодекс законів про працю України: чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 11 черв. 2018 р. (відповідає офіц. текстові). – Київ: Центр учбової літератури, 2018. – 84 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання: *лекції*: оглядові, тематичні, проблемні; *практичні заняття*: презентації, моделювання ситуацій, дискусії, технічні розрахунки.

Методи оцінювання.

– поточний (тести, опитування, звіт, вирішення практичних задач та ситуаційних завдань);

– підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.33. НАЗВА. МАРКЕТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лабурцева О.І., проф., докт. екон. наук., проф. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів сучасної системи поглядів, спеціальних знань та вмінь у галузі маркетингу, набуття практичних навичок маркетингової діяльності, які дали б можливість використовувати методологію та інструментарій маркетингу у майбутній діяльності щодо ефективного досягнення стратегічних та оперативних цілей підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна інформатика», «Економічна теорія», «Психологія», «Правознавство», «Статистика», «Менеджмент».

Зміст. Сутність та зміст маркетингу. Види маркетингу. Маркетингове середовище, його структура, фактори формування. Маркетингове поняття ринку та сегментації ринку. Стратегії сегментації. Поведінка споживачів: характеристики типів споживачів, моделювання споживчої поведінки. Товар у системі маркетингу. Життєвий цикл товару. Конкурентоспроможність товарів на ринку. Товарна марка, упаковка, сервіс у системі маркетингу. Ціна та цінова політика в системі маркетингу: мета та завдання. Фактори ціноутворення. Цінові стратегії. Маркетингова збутова діяльність. Фактори вибору каналу розподілу підприємством. Електронні канали розподілу. Система маркетингових комунікацій. Комунікаційна модель. Розробка програми рекламної діяльності. Засоби стимулювання збуту. Прямий маркетинг. Цілі та засоби зв'язків з громадськістю. Особливості проведення виставок. Бренд та процес його створення. Інші синтетичні засоби маркетингових комунікацій. Сутність концепції інтегрованих маркетингових комунікацій. Управління маркетинговою діяльністю. Підсистема інформаційного забезпечення маркетингової діяльності. Маркетингова інформація. Структура процесу маркетингових досліджень. Опитувальний лист. Підсистема планування та організації маркетингової діяльності. Контроль маркетингової діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 535 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с. – (Школа маркетингового менеджменту).
3. Маркетинг: Підручник. / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.
4. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», - 2009. – 422 с.
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С.С. Гаркавенко. – 7-е вид. – Київ : Лібра, 2010. – 717 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

– лекції – оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація, лекція-конференція.

– практичні заняття – презентація, дискусія, комунікативний метод, модерація, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах, інше.

Методи оцінювання:

– поточний контроль – тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого реферату, дайджесту, звіту, презентації, курсової, задачі, ситуаційні завдання, творчої олімпіади тощо;

– захист курсової роботи;

– підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.34. НАЗВА. ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021, 2022/2023.

Семестр. IV, VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кавун-Мошковська О.О., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Формування спеціальних теоретичних знань з питань організації торгівлі, творче оволодіння ними та набуття навичок їх практичного використання серед суб'єктів господарювання в сучасних умовах господарювання.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи підприємництва», «Товарознавство», «Статистика», «Категорії та систематика товарів у ритейлі», «Правознавство», «Управління продажем та мерчандайзинг».

Зміст. Роздрібні торговельні об'єкти: їх класифікація та види. Визначальні фактори розвитку роздрібної торгової мережі. Критерії та показники оцінки стану розвитку роздрібної торгової мережі. Типи магазинів та їхніх об'єднань. Методичні підходи щодо визначення потреби у торгових об'єктах та їх розміщення. Організація процесу продажу товарів і обслуговування покупців у магазинах. Позамагазинні форми роздрібного продажу товарів: організація торгівлі на ринках, організація продажу товарів у дрібнороздрібній торговій мережі, позамагазинні форми роздрібного продажу товарів на замовлення покупців. Види оптових посередників

та їхні функції. Організація товаропостачання роздрібною торговою мережі. Складська мережа. Організація технологічних процесів на складах. Упаковка товарів та операції з нею.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Голошубова Н.О. Організація торгівлі : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Н.О. Голошубова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 680 с.
2. Голошубова Н.О. Організація і технологія торгівлі спожитковими товарами : навч. посіб. / Н.Я. Голошубова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 272 с.
3. Підприємницькі мережі в торгівлі : Монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков, О.П. Бегларашвілі, Т.М. Григоренко]; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядові / тематичні / проблемні); семінарські, практичні заняття (презентація, дискусія, «мозкова атака», вирішення ситуаційних і розрахунково-аналітичних задач), тематичні конференції та виставки.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне опитування, письмове опитування, дискусії, ситуаційні завдання, перевірка підготовленого реферату, розрахунково-аналітична робота над проектом з розробкою рекомендацій);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.35. НАЗВА. ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бучацька І.О., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних основ організації та проведення ділових переговорів, оволодіння прийомами та умовами їх використання для отримання переваг у реалізації стратегій та вирішення спірних проблем у переговорному процесі; правилами професійної поведінки спеціаліста під час ділових переговорів; знання специфіки переговорного процесу у торговельній сфері та сфері послуг. На основі сформованої бази теоретичних знань набути практичні навички щодо: розробки програми проведення ділових переговорів; формування власної позиції на переговорах, використовуючи особистий стиль мислення; підбором інформаційного, програмного, технічного оснащення для забезпечення ведення ділових переговорів; надання оцінки проведених ділових переговорів; застосування набутих знань в сфері професійної діяльності і особистісного самовдосконалення; дотримання морально-етичних норм в процесі фахової діяльності.

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

Зміст. Сутність та значення ділових переговорів у діяльності підприємств. Порядок організації ділових переговорів. Процес проведення ділових переговорів. Вербальні комунікації під час переговорів. Невербальні комунікації під час переговорів.

Технологічні досягнення в методах роботи з партнерами. Особливості здійснення переговорів з партнерами із зарубіжних країн.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бучацька І.О. Ділові переговори: навч. пос. [для студ. вищих навч. закл.] / І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик. –Київ.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. -252 с.
2. Радченко С.Г. Етика бізнесу :навч.посіб. / С.Г. Радченко. – 2-е вид., переробл. і допов.. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014.-396 с.
3. Тіллі Р. Переговори з продажу; перекл. з англ. О.А. Кожевнікової. –Київ: Знання, 2010.-160с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова, тематична); семінарські та практичні заняття (презентація, дискусія, методи кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.36. НАЗВА. КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. IV, V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Алданькова Г.В., к.е.н., старш. викл. каф. журналістики та реклами.

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.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг».

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі : лабораторний практикум : навч. посіб. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 262 с.
2. Алданькова Г.В. Комп'ютерні технології в рекламі та зв'язках з громадськістю : практикум / Г.В. Алданькова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 82 с.
3. Ромат Е. Реклама : теория и практика : стандарт третьего поколения / Е. Ромат, Д. Сендеров. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2013. – 512 с. – (Учебник для вузов).

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / проблемна); лабораторні заняття (виконання тренувальних вправ

та індивідуальних завдань у графічному редакторі CorelDraw, Adobe Photoshop, творча олімпіада); участь у конкурсах та фестивалях реклами.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка виконаних робіт);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.37. НАЗВА. ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2022/2023.

Семестр. IV, VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гурджиян К.В., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок застосування інструментів прямого маркетингу в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємств.

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

Зміст. Сутність, завдання та місце прямого маркетингу в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємства. Послідовність розробки та реалізації директ-маркетингового проекту на підприємстві. Інформаційне забезпечення заходів прямого маркетингу. Правила формування та ведення ефективних баз даних. Персональний продаж та мережевий маркетинг як особлива форма прямого маркетингу. Сутність та складові ефективної прямої поштової розсилки. Продаж за каталогами. Сучасні інтерактивні форми прямого маркетингу з використанням електронних технологій та мережі Інтернет.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гурджиян К.В. Прямий маркетинг: опор. конспект лекцій / К.В. Гурджиян, В.В. Сова. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 78 с.
2. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. / П. О. Черномаз. - К. : Академвидав, 2010. - 270 с.
3. Маркетингові дослідження: навч. посіб.: для студ. вищ. навч. закл. / О. С. Телетов. - К. : Знання України, 2010. - 299 с.
4. Удріс Н. Рекламна комунікація: навч. посіб. / Н. Удріс. — Київ : Спринт-Сервіс, 2014. — 127 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

- лекції (оглядова / тематична);
- практичні заняття (презентація, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, перевірка підготовленого звіту / презентації / проекту / ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.38. НАЗВА. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V, VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мошковська О.А., доц., докт. екон. наук, проф. кафедри обліку та оподаткування

Результати навчання. Теоретична та практична підготовка для розв'язання конкретних завдань з бухгалтерського обліку і формування інформаційної бази з управління підприємницькою діяльністю в умовах ринку, здобуття знань і формування навичок документального оформлення господарських операцій, ведення синтетичного та аналітичного обліку, з узагальнення даних бухгалтерського обліку.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Економіка підприємств».

Зміст. Сутність бухгалтерського обліку та його функції. Регулювання бухгалтерського обліку в Україні. Активи, власний капітал та зобов'язання як об'єкти бухгалтерського обліку. Господарські процеси як об'єкти бухгалтерського обліку. Принципи бухгалтерського обліку. Метод бухгалтерського обліку. Баланс (звіт про фінансовий стан), його зміст та структура. Рахунки бухгалтерського обліку та подвійний запис. Документація як елемент методу бухгалтерського обліку. Інвентаризація, оцінка і калькуляція як елементи методу бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік основних господарських процесів. Основи організації бухгалтерського обліку на підприємстві.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бруханський Р. Ф. Бухгалтерський облік: підруч. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 480 с.
2. Гудзь Н. В. Бухгалтерський облік: навч. посібник для ВНЗ/ Н. В. Гудзь, П. Н. Денчук, Р. В. Романів; М-во освіти і науки України.- 2-ге вид., перероб. і допов. - К.: Центр учб. літ., 2016. - 424 с.
3. Кім Ю. Г. Бухгалтерський та податковий облік: первинні документи та порядок їх заповнення: навч. посібник для ВНЗ/ М-во освіти і науки України. - К. : Центр учб. літ., 2014. - 600 с.
4. Шаповалова А.П. Практикум і робочий зошит з дисципліни «Бухгалтерський облік».- К.: КНТЕУ, 2013.
5. Сопко В.В., Сопко О.В., Шаповалова А.П., Августова О.О. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Бухгалтерський облік».- К.: КНТЕУ, 2017.

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

- лекції (тематичні, проблемні);
- практичні заняття (традиційні, з моделюванням ситуацій);
- самостійна робота.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.39. НАЗВА. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ортинська В.В., проф., канд. екон. наук, професор кафедри маркетингу.

Результати навчання. Набуття теоретичних знань і практичних навичок з питань вибору методів маркетингового дослідження залежно від цілей діяльності підприємства; організації та проведення кількісних, якісних маркетингових досліджень, експериментів, здійснення аналізу результатів маркетингових досліджень за допомогою прикладних програм.

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

Зміст. Методичні та інформаційні засади проведення маркетингових досліджень. 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. Сучасні методи дослідження запитів потреб споживачів в соціальних мережах. Інтерпретація результатів досліджень. Обґрунтування доцільності та ефективності обраних маркетингових досліджень з метою досягнення мети підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник. 2-е вид. / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.
2. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», - 2009. – 422 с.
3. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. / А.О. Старостіна – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012 – 480 с.

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

- лекції (проблемні, тематичні, лекції-консультації);
- практичні заняття (кейс-стаді, дискусія, «мозкова атака», моделювання ситуацій, модерація, робота в малих групах, презентація).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (перевірка та обговорення підготовлених проектів, захист проектів, індивідуальних творчих завдань);
- захист курсової роботи;
- підсумковий контроль – екзамен

Мова навчання та викладання. Українська.

4.40. НАЗВА. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. V, VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бучацька І.О., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних основ маркетингових комунікацій, основний зміст і напрями розвитку елементів системи маркетингових комунікацій; характеристики та види основних засобів реклами, заходи зв'язків з громадськістю, прямого маркетингу, стимулювання збуту та інших синтетичних засобів маркетингових комунікацій; принципи управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємства. Набуття практичних навичок з таких питань: створення програми маркетингових комунікацій підприємства на майбутній період та оцінка її ефективності; обґрунтування та вибір носіїв реклами та розробка медіапланів; оцінка існуючих рекламних звернень; створення позитивної суспільної думки про підприємство; організація участі підприємства у виставці або ярмарку та інше; вибір конкретного рекламного агентства, послугами якого можна скористатися та інше.

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

Зміст. Сутність, цілі та характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій підприємства. Модель процесу комунікації та характеристика основних її елементів. Прийоми створення комунікаційного звернення. Реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг в системі маркетингових комунікацій підприємства. Форми та методи стимулювання продажу товарів, послуг. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій підприємства. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т.І. Лук'янець. – К. : КНЕУ, 2000. – 380с.
2. Маркетинг : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць. – 3-є укр. вид. – К. : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008. – 648с.
3. Ромат Е.В. Реклама в системі маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні); семінарські / практичні заняття (презентація, дискусія, методи кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.41. НАЗВА. ТОВАРОЗНАВСТВО. НЕПРОДОВОЛЬЧІ ТОВАРИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Марчук Н.Б., доц., канд. техн. наук, доц. каф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Студент повинен знати: класифікацію непродовольчих товарів; чинники формування властивостей та якості непродовольчих товарів; асортимент непродовольчих товарів; чинники збереження якості непродовольчих товарів. Студент повинен вміти визначати і оцінювати ознаки, споживні властивості та показники якості непродовольчих товарів; аналізувати й оцінювати структуру асортименту непродовольчих товарів; аналізувати асортимент непродовольчих товарів провідних брендів та торгівельних марок; оцінювати якість товарів та забезпечувати її збереження у процесі товаропросування.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Фізика» та «Хімія» рівня повної загальної освіти.

Зміст. Стан і перспективи розвитку виробництва та споживання непродовольчих товарів; сировина, її склад та властивості; основи виробництва та технологічні особливості окремих груп непродовольчих товарів, закономірності формування їх якості та споживних властивостей; принципи класифікації та асортимент непродовольчих товарів; умови зберігання і транспортування непродовольчих товарів, фактори, що впливають на зміну якості під час зберігання, транспортування та реалізації непродовольчих товарів; вимоги до якості та методи оцінки якості непродовольчих товарів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Глушкова Т.Г. Товари культурно-побутового призначення : підручник / Т.Г. Глушкова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 358 с.
2. Байдакова Л. І. Товарознавство. Непродовольчі товари: взуттєві і хутряні вироби : підручник / Л. І. Байдакова. – К. : Вышш. шк., 2007. – 183 с.
3. Товарознавство. Непродовольчі товари : підручник. – за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 893 с. – (Серія «Товарознавство»)
4. Товарознавство і торговельне підприємництво : навч. посіб. / за ред. А.А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. — С. 216.
5. Товарознавство. Класифікація непродовольчих товарів. Теорія і практика : монографія / за ред. А.А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 450с.

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

- лекції (тематичні, проблемні);
- лабораторні заняття (лабораторні дослідження, робота у малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль – тестування, усне / письмове опитування, перевірка підготовленого ситуаційного завдання;
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.42. НАЗВА. ЛОГІСТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Зіміна А.І., доц., канд. екон. наук., доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики

Результати навчання.

- набуття навичок розробки стратегії управління закупівельною та збутовою логістикою підприємства;
- засвоєння особливостей організації та управління перевезенням та складуванням товарів;
- оволодіння методичними підходами до управління товарними запасами та формування системи логістичного сервісу;
- вміння ефективно застосовувати інструментарій логістики та оптимізувати логістичні рішення.

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

Зміст. Поняття і сутність логістики. Передумови, фактори та етапи розвитку логістики. Цілі та завдання логістики. Засади сучасної концепції логістики. Логістика як сфера компетенцій, що пов'язує підприємство зі споживачами та постачальниками і сприяє підвищенню конкурентоспроможності. Об'єкти логістичного управління та логістична діяльність. Закупівельна логістика. Вибір постачальників товарів. Організація дистрибуції готової продукції. Логістичні канали та логістичні ланцюги. Розподільчі центри та їх розміщення. Місце, роль та види матеріальних запасів. Управління товарними запасами підприємства. Склад як інтегрована складова частина в логістичному ланцюгу. Логістичний процес на складі. Логістичні рішення при оптимізації складської підсистеми. Сучасні системи перевезення товарів. Вибір оптимального перевізника товарів. Основні логістичні рішення при транспортуванні різних товарів. Формування підсистеми логістичного сервісу. Моделювання та оптимізація рівня логістичного сервісу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Крикавський Є. Логістика для економістів: підручник / Є.В. Крикавський. – 2-ге вид., випр. ідоп. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 476 с.
2. Крикавський Є.В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посібник / Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописька. – К. : Кондор, 2009. – 340 с.
3. Логістика: опор. конспект лекцій / авт.: Д.В. Кочубей, А.В. Кулік. – Київ : КНТЕУ, 2014. – 92 с.
4. Кальченко А.Г. Логістика : навч. посіб. / А.Г. Кальченко, В.В. Кривещенко. – К. : КНЕУ, 2008. – 472 с.
5. Сумець А.М. Логістика : Теория, ситуации, практические задания : учеб. пособие / А.М. Сумець – К. : Хай-Тек Пресс, 2008. – 320 с.

Заплановані навчальні заходи на методи викладання. Лекції, семінарські та практичні заняття з використанням активних методів навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне та письмове опитування, тестування, кейси, контроль розв'язання творчих задач та ситуаційних вправ);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.43. НАЗВА. ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ.

Тип. Обов'язкова/ за вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. VI, VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кавун-Мошковська О.О., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Формування системи знань щодо організації та ведення бізнесу нв умовах Інтернет-середовища; характеристики ринку електронної торгівлі, його особливостей і специфіки конкурентного середовища; сучасних напрямків розвитку технологій та основних інструментів електронної торгівлі; видів і характеристик торговельних систем в Інтернет-середовищі; особливостей організації торгово-технологічного процесу в електронній торгівлі; організації логістичної діяльності в електронній торгівлі; особливостей побудови і управління сайтом в електронному бізнесі; платіжних та фінансових систем Інтернету; класифікації і загальних характеристик електронних систем взаєморозрахунків; методології та технології реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет; ключових показників оцінки ефективності обраної бізнес-моделі електронної торгівлі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Основи підприємництва», «Маркетинг».

Зміст. Електронна торгівля як складова електронної комерції. Сутність, ключові переваги, недоліки електронної торгівлі. Система суб'єктів та умови здійснення електронної торгівлі. Інфраструктура системи електронної торгівлі. Основні бізнес-моделі роздрібної електронної торгівлі: Інтернет-торгівля, мобільна електронна торгівля. Характеристика основних бізнес-процесів електронної торгівлі. Класифікація систем електронної торгівлі. Електронні торговельні ряди. Електронні моли (торговельні майданчики). Інтернет-вітрини. Поняття Інтернет-магазину і особливості його функціонування. Основні підходи до створення сайту Інтернет-магазину, їх переваги та недоліки. Особливості організації логістичної діяльності Інтернет-магазину. Організація продажу товарів і обслуговування покупців в Інтернет-магазинах. Оцінка економічної ефективності функціонування Інтернет-магазину. Оптимізація і просування сайту Інтернет-магазину в пошукових системах. Мобільна електронна торгівля: сутність і відмінні риси. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі. Організація оптової електронної торгівлі. Організація оптового продажу товарів і послуг через електронні торговельні майданчики. Електронний аукціон, його сутність і характерні особливості. Механізм і технологія проведення електронних аукціонів. Електронні біржі. Процедури участі в електронних торгах. Інтернет-представництва бізнес-структур. Віртуальні торговельні представництва товаровиробників та організація їх функціонування. Сутність та функції електронних платіжних систем. Класифікація електронних платіжних систем, що функціонують в Інтернет, їх переваги і недоліки, процедура вибору.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: навчальний посібник / Т.М. Тардаскіна, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
2. Шалева О.І. Електронна комерція: навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові/тематичні), семінарські та практичні заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування, тестування, обговорення наукових доповідей та реферативних повідомлень студентів, перевірка виконання творчих завдань і ситуаційних вправ);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.44. НАЗВА. РЕКЛАМА.

Тип. Обов'язкова/ за вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. VI, VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лісун Я.В., доц., канд. економ. наук., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи прикладних знань студентів у сфері реклами, розуміння концептуальних засад щодо: вибору, використання та значення реклами як елемента системи маркетингу; обґрунтування цілей, завдань та можливостей реклами в інтернеті, характеристик основних каналів та носіїв реклами в інтернеті, інструментарію управління рекламою та аналізу її в інтернеті.

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

Зміст. Сутність реклами та основні підходи до її розуміння. Основні історичні етапи розвитку реклами в Україні. Типи реклами та їх основні характеристики. Рекламне звернення як елемент рекламної комунікації. Засоби передачі рекламного звернення. Система управління рекламою. Реклама як засіб реалізації різних концепцій управління економічною діяльністю. Реклама в реалізації концепції маркетингу та системі засобів маркетингових комунікацій. Місце та значення реклами в реалізації маркетингової технології позиціонування. Реклама як інструмент маркетингової технології брендингу. Реклама в реалізації маркетингової технології торговельного-маркетингу. Реклама в реалізації маркетингу подарунків. Основні інструменти інтернет-реклами. Види інтернет – реклами. Інформаційне забезпечення інтернет-реклами. Характеристика веб-сайту як основного засобу реклами в мережі інтернет. Управління інтернет-рекламою. Ефективність інтернет-реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Морохова В.О. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / В. О. Морохова, О. В. Бойко, І. Ф. Лорві ; Луц. нац. техн. ун-т. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 233 с.
2. Реклама в ЗМІ : навч. посіб. / М. Кіца ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». – Львів : Ліга–Прес, 2017. – 150 с.
3. Трухимович С.В. Реклама. Конспекти копірайтера : [практ. посіб.] / С. Трухимович. – Вид. 2-е, допов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. – 146 с.

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

лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.45. НАЗВА. ТОВАРОЗНАВСТВО. ХАРЧОВІ ПРОДУКТИ

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Романенко О.В., доц., канд. техн. наук, доц. каф. товарознавства, управління безпечністю та якістю.

Результати навчання. Формування системи знань та цілісного уявлення про особливості та закономірності створення і динаміки споживних властивостей харчових продуктів упродовж продовольчого ланцюга, базованого на глибокому розумінні впливу і взаємозв'язків чинників їх формування на етапах первинного та вторинного виробництва, розподілу; формування знань про засади, методи та чинники створення виробничого і торговельного асортименту харчових продуктів; розуміння та прогнозування споживчих переваг для оцінювання і задоволення споживацького попиту на традиційні та інноваційні харчові продукти.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Фізика», «Хімія» рівня повної загальної освіти.

Зміст. Вивчення теоретичних основ споживних і товарних властивостей харчових продуктів, основних категорій і понять (якість, показники якості, асортимент та ін.), методів дослідження властивостей та оцінки якості різних груп харчових продуктів, системи товаропросування: основ зберігання, транспортування та реалізації, основ консервування харчових продуктів, класифікації і кодування товарів, а також вивчення кодів і засобів інформації про товари.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України від 20.09.2015 № 771/97-ВР. – Режим доступу : www.zakon.rada.gov.ua
2. Рудавська Г.Б. Молочні та яечні товари : підручник / Г.Б. Рудавська, Є.В. Тищенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 371 с.
3. Тищенко Є.В. Харчові жири : підручник / Є.В. Тищенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 226 с.
4. Орлова Н.Я. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки : підручник / Н.Я. Орлова, П.Х. Пономарьов. – 3-є вид., переробл. та допов. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 516 с.
5. Задорожний І.М. Товарознавство продовольчих товарів. Риба і рибні продукти / І.М. Задорожний, І.В. Сирохман, Т.М. Раситюк. – Л. : Укоопосвіта, 2000. – 319 с.
6. Кириченко Л.С. Крохмаль, цукор, мед та кондитерські вироби : підручник / Л.С. Кириченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 359 с.

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

- лекції (тематичні);
- лабораторні заняття (лабораторні дослідження показників якості продуктів, структури та властивостей матеріалів, презентація, семінари).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.46. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ТА МЕРЧАНДАЙЗИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ільченко Н.Б., доц., докт. екон. наук, завідувач кафедри торговельного підприємництва та логістики

Результати навчання. Ознайомлення з теорією управління продажем на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі, набуття теоретичних знань з питань розробки та застосування мерчандайзингових заходів у роздрібних торговельних підприємствах, знання основних концепцій мерчандайзингу та вміння застосовувати їх на практиці, оволодіння методичним інструментарієм реалізації основних принципів мерчандайзингу.

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

Зміст. Сучасні тенденції в теорії управління продажем. Формування організаційної структури відділу продажу. Управління роздрібними продажами у місцях продажу. Інструментарій мерчандайзингу, що стимулює попит в місцях продажу. Категорійний менеджмент. Специфіка розподілу функціональних зон в торговельному залі роздрібною підприємства. Створення атмосфери магазину. Контроль за дотриманням інструментів мерчандайзингу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Пилипчук В.П. Управління продажем: навч. посібн. / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков. – Київ. нац. економ. ун-т ім. Вадима Гетьмана. – К.: КНЕУ, 2011. - 625
2. Штефанич, Д. Управління продажем, його функції та об'єктна орієнтація [Текст] / Д. Штефанич, О. Дячун // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – Тернопіль, 2016. – № 2. – С. 124-132.
3. Мазаракі А.А. Мерчандайзинг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.А. Мазаракі, Н.Б. Ільченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 292 с.
4. Тучак, О. Реальні продажі через віртуальний магазин [Текст] / О. Тучак // Баланс. – Київ, 2012. – № 47 (1189). – С. 32-36.
5. Мельникович, О. М. Значення стимулювання продажів у досягненні стратегічних цілей роздрібною торгівлі [Текст] / О. М. Мельникович, О. В. Юсупомерва // Економіка Розвитку. – Харків : ХНЕУ, 2015. – №1. – С. 70-76.

6.Васильєв, Г. Мерчандайзинг оптовика і роздрібного торговця: точки дотику [Текст] / Г. Васильєв // Все про бухгалтерський облік. – Київ, 2010. – № 70. – С. 12-20.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Тематичні та проблемні лекції, практичні заняття з використання ситуаційних та творчих завдань, сучасних інформаційних технологій.

Методи оцінювання.

- поточний (усне та письмове опитування, обговорення проблемних питань управління продажем на семінарських заняттях, тестування, перевірка ситуаційних та творчих завдань, презентації);
- підсумковий (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.47. НАЗВА. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина І.Л., доц., канд. психол. наук, доц. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів комплексу теоретичних знань і практичних навичок з аналізу та впровадження у розв'язання практичних завдань основних закономірностей поведінки споживачів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Психологія», «Філософія».

Зміст. Поняття споживання в економіці, маркетингу, культурі та персональному житті. Сучасні тенденції розвитку у сфері споживання. Детермінанти споживчої поведінки, процеси ухвалення рішення про купівлю. Засоби впливу на поведінку споживачів. Методи дослідження проявів поведінки споживачів, сегментація. Споживач як основний конкурентний ресурс сучасного періоду розвитку світової економіки.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Зозулев Ф.В. Поведение потребителей : учебн. пособ. / А.В. Зозулев. – Київ : Знання, 2004. – 364 с.
2. Окландер М.А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М.А. Окландер, І.О. Жарська. – Київ : Центр навч. літ., 2014. – 208 с.
3. Фельсер Г. Психология потребителей и реклама / Г. Фельсер. – Харьков : Гуманитарный центр, 2013. – 704 с.

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

- лекції (оглядова/тематична/ проблемна/ лекція-консультація/лекція-конференція/бінарна/ дуальна/лекція із заздальгідь запланованими помилками);
- практичні заняття (презентація, експрес-дослідження, індивідуальні завдання, індивідуальне проектування/дискусія/моделювання ситуацій/»мозкова атака«/ кейс-стаді/робота в малих групах).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання, захист проєктів);

– підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.48. НАЗВА. МОДЕЛЮВАННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII-VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ортинська В.В., проф., канд. екон. наук, проф., кафедри маркетингу.

Результати навчання. Набуття практичних навичок: започаткування бізнесу, проходження процедури державної реєстрації підприємства; формування кадрової політики і стратегії, набору та відбору кадрів, мотивації та розвитку персоналу; формування бази даних комерційного характеру про постачальників та здійснення аналізу ефективності комерційних угод, розробки маркетингової товарної політики та формування маркетингової комунікаційної політики підприємства; проведення інформаційно-аналітичної і діагностичної роботи щодо аналізу та планування результатів діяльності підприємства, оцінки ефективності його функціонування на ринку; організації, аналізу та проектування грошових потоків підприємства, залучення позикового капіталу підприємства; організації обліку господарських операцій підприємства, зведеного обліку та складання звітності на базі програмного продукту «1С: Підприємство»; роботи з комп'ютерною програмою «Бізнес-курс: корпорація Плюс», моделювання управлінських рішень щодо здійснення господарсько-фінансової діяльності та оцінювання їх наслідків.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи підприємництва», «Менеджмент», «Маркетинг», «Бухгалтерський облік», «Економіка підприємства».

Зміст. Проведення реєстрації та перереєстрації підприємства. Управління персоналом у системі менеджменту підприємств торгівлі, розробка кадрової політики і стратегії підприємства. Мотивація та розвиток персоналу, оцінка ефективності управління персоналом. Формування бази даних для здійснення комерційних угод. Моделювання процесу закупівлі товарів на підприємстві. Розробка маркетингової товарної політики підприємства. Формування маркетингової комунікаційної політики підприємства. Аналіз та планування результатів діяльності підприємства. Оцінка ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Організація, аналіз, проектування грошових потоків підприємства. Формування позикового капіталу підприємства. Організація та моделювання обліку господарських операцій підприємства в «1С: Підприємство» Використання комп'ютерної програми «Бізнес-курс: корпорація Плюс» для моделювання управлінських рішень щодо здійснення господарсько-фінансової діяльності та оцінки їх наслідків.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Голошубова Н.О. Організація торгівлі : підручник для студ. вищ. навч. закл. / Н.О. Голошубова. – 2-ге вид. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 608 с.

2. Бажал Ю.М., Бакушевич І.В. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема: навч. посіб. для ВНЗ / [Ю. Бажал та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.М. Бажала. - Київ : Пульсари, 2015. - 278 с. Ганущак Т.В. Фінансова безпека бізнесу: навч. посіб. / Ганущак Т. В.; ВНЗ «Київ. ун-т ринк. відносин». - Київ : Ун-т «КРОК», 2016. - 264 с.
3. Нападовська Л.В. Бухгалтерський облік у торгівлі та ресторанному господарстві : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Нападов-ська, А.В. Алексеева, О.А. Бакурова та ін. ; за заг. ред. Л.В. Нападові-ької. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 394 с.
4. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник. 2-е вид. / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.
5. Рудьєв В. А. Управління персоналом : Навчальний посібник. / В. А. Рудьєв, С. О. Буткевич, Т. Л. Мостенська. – К. : «Кондор», 2013. – 310 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Практичні заняття у малих групах, які передбачають послідовне відпрацювання навичок практичної діяльності в підрозділах імітаційного підприємства роздрібної торгівлі ТОВ «Гермес», а саме в: відділі розвитку, відділі персоналу, відділі закупівлі, відділі маркетингу, планово-економічному відділі, фінансовому відділі, бухгалтерії, відділі стратегічного планування.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.49. НАЗВА. РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцюк Д.В., доц., канд. екон. наук., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері цифрового маркетингу щодо адміністрування та просування веб-сайтів; бізнес сторінок в соціальних мережах; управління рекламою в інтернеті.

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

Зміст. Сутність, значення та тенденції розвитку реклами в інтернеті. Характеристика та структура сайту. PPC, SEO, SERM, SMM. Таргетинг. Ремаркетинг. Цінові моделі розміщення реклами в інтернеті. Формування бюджету рекламної кампанії в інтернеті. Планування, організація та оцінка ефективності рекламної кампанії в інтернеті.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Навчальний посібник для підготовки до іспитів Google AdWords «Основи». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://blorax.com/wp-content/uploads/2015/03/Posibnyk_AdWords_Osnovy.pdf

2. Воронюк, А. Актуальный интернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через интернет / А. Воронюк, Полищук А., – К. : Агентство ІРІО, 2018. — 160 с. : ил.
3. Захарченко, А.П. Интернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник / А.П. Захарченко. – Тернопіль : Крок, 2014. – 198 с.
4. Сокур, М. Реклама в Фейсбук: супергеройское руководство по Facebook Ads Manager 2019 / М. Сокур. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roman.ua/smm/reklama-v-facebook>.
5. Щербаков, С. Таргетированная реклама в социальных сетях: точно в яблочко / С. Щербаков. – Харьков : Фолио, 2018. – 250 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ дискусія/імітація/ моделювання ситуацій/ “мозкова атака” /тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах/інше).

Методи оцінювання:

- поточний/модульний контроль (тестування; усне опитування; перевірка підготовленої презентації/ ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.50. НАЗВА. ДИЗАЙН У РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Алданькова Г.В., к.е.н., старш. викл. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо аналізу існуючих та специфіки розроблення графічних рекламних матеріалів, фірмової символіки, періодичних корпоративних видань сучасного підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама».

Зміст. Рекламний дизайн як процес проектно-художньої діяльності. Прийоми побудови рекламного звернення 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. Сутність, основні елементи, функції фірмового стилю підприємства. Формотворення графічних знаково-символьних об'єктів фірмового стилю. Критерії оцінювання програми фірмового стилю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: лабораторний практикум : навч. посіб. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 262 с.

2. Михайленко В.Є. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В.Є. Михайленко, М.І. Яковлев. – Київ : Каравела, 2015. – 304 с.

3. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2016 . – 384с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. 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 фестивалів, виставок та арт-галерей м. Києва).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації / захист проектів, творча олімпіада);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.51. НАЗВА. МЕДІАПЛАНУВАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юсупова О. В., к.е.н., ст. викладач каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи теоретичних та практичних знань і навичок з медіапланування.

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

Зміст. Сутність, завдання та етапи медіапланування. Зміст та структура медіаплану. Основні показники медіапланування. Фактори, що впливають на розмір ефективної частоти контакту. Підходи до розрахунку ефективної частоти контактів. Основні концепції медіапланування. Сутність медіадосліджень та їх роль у медіаплануванні. Особливості вивчення аудиторії ЗМІ. Форми подачі рекламної інформації на різних медіаканалах. Типи розміщення реклами в різних видах медіа. Зміст планування рекламної кампанії з різною комбінацією медіаканалів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Крепак А. С. Медіапланування: класифікація показників / А. С. Крепак // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 4. - С. 123-132. – Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/66220/1/Krepak.pdf>

2. Крепак А. Телевізійна реклама: зважені рейтинги у медіаплануванні / А. Крепак // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – № 1. – С. 62-72. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2017_1_6

3. Радченко В. Основы медиапланирования / В. Радченко. – К. : Украинская ассоциация маркетинга. – 2010. – 60 с.

4. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова/тематична/проблемна/лекція-консультація/бінарна/дуальна/ лекція-конференція/ лекція із задалегідь запланованими помилками); семінарські/практичні заняття (презентація/дискусія/моделювання ситуацій/імітація/робота в малих групах).

Методи оцінювання.

– поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого індивідуального творчого завдання/ розрахункової роботи/ проекту /задачі / захист проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.52. НАЗВА. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кудирко Л.П., проф., канд. екон. наук, проф. кафедри міжнародних економічних відносин, Слоква М.Г., канд. екон. наук, ст. викл. кафедри міжнародних економічних відносин, Севрук І.М., канд. екон. наук, ст.викл. кафедри міжнародних економічних відносин.

Результати навчання. Характеристика стану міжнародного маркетингового середовища та оцінювання рівня його привабливості для здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Формування у студентів цілісного уявлення про специфіку забезпечення міжнародної маркетингової діяльності. Створення підґрунтя для використання здобутих теоретичних знань у практичній діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг».

Зміст. Міжнародний маркетинг: загальний огляд. Міжнародне середовище: економічний аспект. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу. Міжнародне політико-правове середовище. Міжнародні маркетингові дослідження. Сегментація світового ринку. Вибір зарубіжних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика. Міжнародні канали розподілу. Міжнародні маркетингові комунікації. Міжнародна цінова політика.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник / Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко, К.С. Пугачевська [та ін.] – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 450 с

2. Корж М. В. Стратегія міжнародного маркетингу: теорія і практика : Навч. посібник для студентів вищих навч. закладів / М. В. Корж. – Краматорськ : ДДМА, 2010. – 359 с.

3. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012 – 480 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські заняття з використанням кейсів, розв'язання задач, робота в малих групах, захист індивідуальних проектів.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, розв'язання задач);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.53. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО. АНТИКВАРІАТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Індутний В.В., д. геол.-мінерал. н., проф. каф. товарознавства та митної справи; Піркович К.А., к. т. н., доц. каф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Формування наукового розуміння специфіки антикварної торгівлі шляхом вивчення особливостей атрибуції та ціноутворення на різні предмети антикваріату з урахуванням ступеня їх унікальності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія української культури», «Естетика товарів та дизайн».

Зміст. Тенденції розвитку ринку антикваріату. Образотворче мистецтво, живопис та графіка на антикварному ринку. Антикварна ікона, антикварно-букіністична книга. Класифікація та характеристика творів декоративно-ужиткового мистецтва. Твори філателії. Предмети нумізматики та фалеристики. Оцінювання вартості антикварних виробів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Індутний В.В. Оцінка пам'яток культури / В.В. Індутний. – К.: СПД Моляр С.В., 2009. – 537 с.
2. Крвавич Д.П. Українське мистецтво : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Д.П. Крвавич. – У 3 т. – Львів : Світ, 2005. – Т. 3. – 286 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематичні, проблемні);
- практичні заняття (робота у малих групах).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.54. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО. КВІТИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бабій О.В., к.т.н., доц. каф. товарознавства, управління безпечністю та якістю.

Результати навчання. Формування розуміння ролі Комісії Кодексу Аліментаріус у встановленні міжнародних стандартів безпеки харчових продуктів та необхідності застосування принципів аналізування ризиків для контролювання безпеки харчових продуктів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство».

Зміст. Загальні поняття декоративного квітництва в Україні та за кордоном: асортимент квіткових і декоративно-листової продукції, її загальна класифікація, форми реалізації. Поліплоїдія як один з перспективних напрямів науки квітництва, її роль в покращанні споживчих властивостей квіткової продукції, поняття «рослини відкритого і закритого ґрунтів», теплиці й оранжереї, зрізана і горщикова продукція, «зимові» букети і композиції. Роль окремих нутрієнтів у забезпеченні життєдіяльності клітини. Анаболізм і катаболізм як структурні частини обміну речовин. Класифікація і функції тканин рослин, їх будову, роль в забезпеченні життєдіяльності рослини як цілого організму, вплив на декоративну цінність квіткової продукції. Стимулятори росту – необхідність і доцільність їх використання для вирощування квіткової продукції. Пакування зрізаних квітів і декоративної зелені. Вплив температури, пакувальних матеріалів, доступу повітря на тривалість зберігання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Голодюк Г.І. Товарознавство квітів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г.І. Голодюк, І.О. Дудла, І.В. Соломаха. – Чернігів : ЧДТУ, 2011. – 208 с.
2. José Luis Riechmann, Frank Wellmer. Flower Development: Methods and Protocols / Riechmann, José Luis, Wellmer, Frank. – Business Media New York, 2014. – 414 p.
3. Закон України «Про карантин рослин». – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3348-12>

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

- лекції (тематичні, проблемні);
- практичні заняття (вирішення ситуаційних завдань).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка підготовлених індивідуальних завдань);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.55. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО. КУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Індутний В.В., д. геол.-мінерал. Н., проф. каф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Формування вміння орієнтуватися і вирізняти з-поміж ординарних речей культурні цінності, визначати їх художню та історичну цінність, розрізняти музейну цінність і ринкову ціну.

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

Зміст. Поняття «культурні цінності». Види образотворчого мистецтва: іконопис, іконографія, матеріали і техніка виготовлення підробки. Станковий живопис і жанри (портрет, історичний, батальний, побутовий, пейзаж, натюрморт). Жанровий живопис. Графіка. Основні жанри. Декоративно-прикладне мистецтво: художній метал, художня кераміка, художній фаянс. Нумізматики: лексика, монетні системи. Філателія: лексика, основні каталоги, методи роботи з ними. Фактори визначення «підміни» марок. Книгознавство: стародруки, форма книги, категорії цінності книги.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Індутний В.В. Оцінка пам'яток культури / В.В. Індутний. – К.: СПД Моляр С.В., 2009. – 537 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематичні, проблемні);
- практичні заняття (робота у малих групах).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.56. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО. ПАЛИВНО-МАСТИЛЬНІ МАТЕРІАЛИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Коптюх Л.А. проф., д.т.н., проф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Формування у студентів знань про кон'юнктуру ринку паливно-мастильних матеріалів; технологію виготовлення, призначення та властивості паливно-мастильних матеріалів; набуття практичних навичок, компетентностей щодо формування асортименту, оцінки якості паливно-мастильних матеріалів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство».

Зміст. Загальні відомості про паливно-мастильні матеріали. Експлуатаційні властивості та якість автомобільних бензинів та дизельного пального. Газоподібне паливо. Альтернативні види палива. Характеристика мастильних матеріалів. Технічні рідини спеціального призначення.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Войнаш Л.Г. Товарознавство непродовольчих товарів. Частина 1.: підручник / Л.Г. Войнаш, І.О. Дудла, Д.І. Козьмич, Н.В. Павловська, М.В. Приходько. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2004. – 436 с.

2. Технічний регламент щодо вимог до автомобільних бензинів, дизельного, судових та котельних палив: Постанова Кабінету Міністрів України від 1 серпня

2013 р. № 927. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/927-2013-%D0%BF..>

3. Антипенко А.М. Паливно-мастильні та інші експлуатаційні матеріали : навч. посіб. для дистанц. вивч. / А. М. Антипенко, В. А. Войтов, П. М. Клімов, А. І. Окоча, В. М. Романченко, С. Ю. Ярошно. - Х., 2011.

4. Парунакян В.Э., Хара М.В. Общий курс транспорта : учеб. пособие / В. Э. Парунакян, М. В. Хара. - 2-е изд. перераб. и доп. - Мариуполь : Рената, 2010. - 224 с.

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

- лекції (тематичні, проблемні);
- практичні заняття (вирішення ситуаційних завдань).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, перевірка підготовлених індивідуальних завдань);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.57. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО. ТРАНСПОРТНІ ЗАСОБИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Коптюх Л.А. проф., д.т.н., проф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Формування знань про будову, конструктивні особливості основних вузлів й агрегатів, елементів і систем комфорту та безпеки, асортимент, принципи оцінювання технічного стану й ідентифікації транспортних засобів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство. Непродовольчі товари».

Зміст. Класифікація і типологія транспортних засобів. Загальна характеристика та класифікація автотранспортних засобів. Європейська система класифікації легкових автомобілів за класами, об'ємом двигуна тощо. Типологія легкових автомобілів за типом кузова. Будова автотранспортних засобів, товарознавча характеристика основних систем, вузлів та агрегатів, їх вплив на безпечність і технічний стан. Двигуни автотранспортних засобів. Характеристика двигунів внутрішнього згорання та електричних. Гібридні силові агрегати. Товарознавча характеристика асортименту автомобілів, що реалізуються на ринку України. Безпечність і технічний стан автотранспортних засобів. Системи активної та пасивної безпеки. Показники екологічної безпеки автомобілів. Товарознавча оцінка технічного стану транспортного засобу. Особливості ідентифікації автотранспортних засобів. Загальна характеристика і класифікація залізничного

транспорту. Класифікація та характеристика асортименту водних і повітряних транспортних засобів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Про транспорт : Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР (зі змінами). – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/232/94-ВР>.
2. Про автомобільний транспорт : Закон України від 05.04.2001 № 2344-III (зі змінами). – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>.
3. Про затвердження Методики товарознавчої експертизи та оцінки колісних транспортних засобів : Наказ М-ва юстиції України та Фонду держ. майна України від 24.11.2003 № 142/5/2092 (зі змінами). – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1074-03>
4. ДСТУ 3649:2010. Колісні транспортні засоби. Вимоги щодо безпечності технічного стану та методи контролювання; введ. 2010 – 12 – 28. – Київ : Держспоживстандарт України, 2010. – 32 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематичні, проблемні);
- лабораторні заняття (робота в малих групах, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.58. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО. ЦИВІЛЬНА ЗБРОЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Коптюх Л.А. проф., д.т.н., проф. каф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Після вивчення дисципліни студенти повинні знати: принципи конструювання, виготовлення, користування та володіння зброєю; методологію визначення криміналістичних ознак; механізми правового регулювання і державного контролю ринку зброї в Україні; вміти: ідентифікувати зброю; вирішувати задачі практичного характеру, що виникають під час митного оформлення зброї в установах державної митної служби України; визначити правильність декларування зброї під час митного оформлення; застосовувати затверджені методики криміналістичної експертизи зброї у митній справі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство. Непродовольчі товари».

Зміст. Нормативно-правове регулювання ринку зброї в Україні. Асортимент і класифікація всіх видів зброї. Клинкова і метальна зброя. Бойова вогнепальна зброя. Мисливська вогнепальна зброя. Боєприпаси для вогнепальної зброї. Пневматична зброя і боєприпаси до неї. Експертиза властивостей мисливської, пневматичної та холодної зброї.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Михайлов В.І. Товарознавство зброї : навч. посіб. / В.І. Михайлов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 212 с.

2. Пістолети та револьвери, призначені для відстрілу патронів, споряджених металевими снарядами «несмертельної» дії, та набої до них: судово-балістичний довідник / А.В. Іщенко, О.В. Грищенко, І.В. Ігнат'єв, В.В. Назаров. – Київ : ВАРТА, 2005. – 234 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (тематичні);

– лабораторні заняття (презентація, ситуаційні завдання).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, усне та письмове опитування, перевірка вирішеного ситуаційного завдання);

– підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

Опис дисциплін спеціалізації «Маркетинг»

4.59. НАЗВА. ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кулік А.В., канд. екон. наук, доц.

Результати навчання. Формування у здобувачів вищої освіти системи базових знань з питань сутності бізнесу, логіки здійснення підприємницької діяльності, зародження та впровадження бізнес-ідеї, типології підприємництва, його зовнішнього середовища, а також набуття вмінь обґрунтовувати створення власного бізнесу.

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

Зміст. Зміст підприємницької діяльності. Місце підприємництва в суспільстві. Підприємницька ідея: механізм генерування та впровадження. Види підприємництва. Організаційно-правові форми здійснення підприємницької діяльності. Зовнішнє середовище функціонування суб'єкта підприємницької діяльності. Процес створення суб'єкта підприємницької діяльності та його основні етапи. Етична та соціальна відповідальність підприємництва

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Акіліна О.В. Основи підприємництва: навч. посіб. /О.В. Акіліна, В.Г. Пасічник. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 174с.

2. Іванюта С.М. Підприємництво та бізнес-культура: Навч.посібник для студентів вищих навч.закладів. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 287с.

3. Варналій З.С. Основи підприємництва : навч. посіб. / З.С. Варналій. – 2-ге вид., випр. і допов. – К.: Знання-Прес, 2010. – 285 с.

4. Мороз О.М., В.І. Невмержицький Основи підприємництва: навч посіб. / О.М. Мороз, В.І. Невмержицький. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 198 с.
5. Підприємництво та бізнес-культура: підручник / Л.О. Лігоненко, Г.Л. Піратовський та інші – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 504 с.
6. Шваб Л.І. Основи підприємництва: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Каравела, 2006. – 344с.

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

– лекції (оглядова);

– практичні заняття з використанням інформаційних технологій, розробка та презентація проектів, розв'язання розрахунково-аналітичних задач; самостійна робота.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (усне опитування, перевірка індивідуальних завдань, вирішення ситуаційних завдань, виконання комплексної контрольної роботи);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.60. НАЗВА. КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Білявська Ю. В., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту, Микитенко Н. В., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців компетентності щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних положень і практичних методів управління товарними категоріями на підприємствах торгівлі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент», «Основи підприємництва».

Зміст. Концептуальні засади категорійного менеджменту. Категорійний менеджмент як сучасний підхід до управління товарним асортиментом. Сутність товарної категорії як об'єкту управління. Розподіл асортименту товарів на категорії. Поняття про цикл руху товарної категорії. Відмінності традиційної системи закупівель від управління асортиментом за товарними категоріями. Особливості категорійного менеджменту для постачальника і споживача. Формування категорійного менеджменту на підприємстві оптової і роздрібною торгівлі. Основні етапи переходу підприємства на систему категорійного менеджменту. Посада категорійного менеджера: функції, обов'язки, вимоги до кваліфікації, ключові показники роботи.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Миколаїв І. Категорійний менеджмент як інструмент оптимізації бізнесу рітейлерів і постачальників. [Електронний ресурс] / І. Миколаїв. – Режим доступу: http://www.speakup.com.ua/files/PRORetail_CM_TM.pdf.

2. Сысоева С. В. Категорийный менеджмент. Курс управление ассортиментом в

рознице. [Електронний ресурс] / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова. – Режим доступу: <http://coollib.com/b/367387/read>

3. Dumont R. Purchasing Category Management in Practice / R.Dumont. Chalmers university of technology Gothenburg, Sweden, 2014. – 82 p.

4. O'Brien J. Category Management in Purchasing. A Strategic Approach to Maximize Business Profitability / J.O'Brien. – 3th edition. – McGraw-Hill Contemporary , 2015. – 504 p.

5. Zwanka R.J. Principles of Category Management / Russell J. Zwanka. – Createspace Independent Pub, 2016. – 154 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: проблемні лекції, метод кейс-стаді, практичні завдання з використанням інформаційних технологій, презентацій, розв'язання розрахунково-аналітичних задач та ситуаційних вправ, виїзні заняття, самостійна робота студентів.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, аналітично-розрахункових задач та ситуаційних вправ, захист індивідуальних та групових проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.61. НАЗВА. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Андреева В.Г., доц., канд. екон. наук, доц. каф. економіки та фінансів підприємства; Стояненко І.В. доц., канд. екон. наук, доц. каф. економіки та фінансів підприємства.

Результати навчання. Формування у студентів сучасного економічного мислення і системи спеціальних знань про базові поняття щодо господарської діяльності підприємства, змісту окремих напрямів цієї діяльності, системи показників, що характеризують економічні ресурси та результати господарсько-фінансової діяльності підприємства, теоретико-методологічні основи оцінки ефективності використання та розвитку ресурсного потенціалу, формування конкурентоспроможності, фінансової стабільності та економічної безпеки підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Статистика».

Зміст. Підприємство як суб'єкт господарювання, основні напрямки його господарсько-фінансової діяльності. Методологічні та методичні засади планування діяльності підприємства. Формування програми виробництва продукції та її реалізації, визначення виробничої потужності підприємства. Складові ресурсного потенціалу підприємства та шляхи його ефективного використання. Трудові ресурси підприємства, системи матеріального стимулювання; методичні підходи до їх аналізу та планування. Майнові ресурси (активів) підприємства, методичні підходи

до аналізу та планування оборотних, необоротних активів підприємства. Економічна сутність та механізм формування витрат, доходів, прибутків. Аналіз та планування економічних результатів господарсько-фінансової діяльності підприємства. Оцінка ефективності господарської діяльності та пошук шляхів її підвищення. Конкурентоспроможність підприємства та механізм її визначення. Сучасні моделі розвитку підприємства, запобігання кризовим явищам та банкрутства. Економічна безпека підприємства та шляхи її забезпечення.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Економіка підприємства : підручник. / І. М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016.– 378 с.
2. Економіка підприємства : опор. конспект лекцій / Г.М. Богославець, І.О. Чаюн, Л.Л. Стасюк. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 148 с.
3. Економіка підприємства: [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів]: електронне видання / Герасимчук З.В., Науменко С.В., Ткачик В.І., Вахович І.М., Ковальська Л.Л., Кривов'язюк І.В., Камінська І.М., Хвищун Н.В. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2010. – 421 с.
4. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х.: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. – 208 с.
5. Економіка підприємства: навч. посіб. / [Шелегеда Б.Г., Берсуцький А.Я., Касьянова Н.В., Кравцова Л.В., Солоха Д.В. та ін.]; за ред. Б.Г. Шелегеди. – Донецьк: ДонУЕП, 2010. – 685 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / проблемна / бінарна / дуальна / лекція із запланованими помилками); семінарські / практичні заняття (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / «мозкова атака» / тренажерні завдання / метод кейс-стаді / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка реферату / презентації / аналітичного огляду/ завдання / розрахунково-аналітичного проекту / ситуаційного завдання розробленого за матеріалами реального підприємства та ін.;
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.62. НАЗВА. МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Данілова Л.Л., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування системи знань про маркетинг послуг та набуття практичних навичок використання інструментів маркетингу підприємствами сфери послуг.

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

Зміст. Сутність, становлення маркетингу послуг. Характеристики та класифікація послуг. Державне регулювання сфери послуг. Особливості міжнародної торгівлі послугами. Характеристика сучасного світового ринку послуг. Асортиментна, цінова політика у сфері послуг. Політика просування, надання та розподілу послуг. Основні елементи інноваційної політики на ринку послуг. Позиціонування послуг на ринку. Управління попитом на послуги для усунення його коливань за допомогою цінових та нецінових методів. Аналіз та контроль рівня виконання послуги. Особливості маркетингу за видами послуг. Поняття та види конкурентних переваг. Види споживчих ризиків на ринку послуг та шляхи їх зменшення.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Городня, Т. А. Економіка туризму: теорія і практика [Текст] : навч. посіб. / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – Київ : Кондор, 2018. – 435 с.
2. Маркетинг соціальних послуг: / Під ред. В.Г. Воронкової: Навч. посіб.. – К. : Професіонал, 2008. – 576с.
3. Маркетингові стратегії формування попиту на товари та послуги на ринках України : монографія за ред. проф. Р. В. Федоровича ; Терноп. нац. техн. ун-т ім. Івана Пулюя. – Т. : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2013. – 355 с.
4. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 560с.
5. Соціально – етичний маркетинг: монографія /Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова та ін.; за заг.ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. – 2-ге вид., перероб. і допов.- Київ: Київ.нац. торг.- екон. ун –т., 2017. – 372 с.
6. Шульгіна, Л. М. Маркетингова діяльність підприємства на ринку послуг зеленого туризму : монографія / Л. М. Шульгіна, А. І. Зінченко, Н. А. Крахмальова. — Київ : КНУТТД; КНТЕУ; НТТУ "КПІ", 2014. – 253 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

- лекції (оглядова, тематична, проблемна);
- практичні заняття (презентація, дискусія, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль – тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого презентації, ситуаційні завдання;
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська

4.63. НАЗВА. ТОРГОВЕЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лабурцева О. І., проф., докт. екон. наук, проф. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів сучасної цілісної системи теоретичних знань та практичних навичок щодо особливостей здійснення маркетингової діяльності в торгівлі.

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

Зміст. Сутність торговельного маркетингу. Маркетингове середовище підприємства торгівлі. Сегментування ринку й позиціонування торговельних послуг. Маркетингова асортиментна політика підприємства торгівлі. Маркетингове ціноутворення в торгівлі. Маркетингові комунікації підприємства торгівлі. Управління дистрибуцією та ланцюгами постачань в торгівлі. Маркетинг взаємовідносин в торгівлі. Соціально-етичний маркетинг в торгівлі. Інформаційні технології в торговельному маркетингу. Управління торговельним маркетингом.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Іванова Л. О. План маркетингу торговельного підприємства : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Ю. А. Дайновський, К. М. Прохоренко. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2010. – 116 с.

2. Торгівля // Маркетинг : Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін. ; Ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 3-тє вид. – К. : Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – С. 441-471.

3. Торговельний маркетинг // Маркетинг у галузях та сферах діяльності : навч. посіб. / За ред. Буднікевич І. М. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – С. 10-86.

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

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
- практичні заняття (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого реферату, презентації; вправи; задачі; ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.64. НАЗВА. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII- VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Підлісна О.В., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу, Данілова Л.Л., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування системи теоретичних знань та практичних навичок з питань формування маркетингової товарної та цінової політики на підприємстві, оптимізації товарного асортименту, позиціонування товару на ринку, управління життєвим циклом товару. Засвоєння теоретичних питань з цінової

політики, набуття знань та практичних навичок встановлення цін на товари, які б дали можливість найбільш ефективно досягати економічних цілей підприємства шляхом комплексних досліджень ринку та правильного встановлення цін на товари.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Статистика».

Зміст. Маркетингове управління товарною політикою підприємства. Місце товарів та послуг в маркетинговій товарній політиці. Конкуренентоспроможність товару. Формування асортименту і управління ним. Товарна інноваційна політика. Товарна марка, упаковка, кодування товарів. Сервіс у системі товарної політики. Ціна - елемент ринку та одна з важливих складових комплексу маркетингу. Функції ціни. Вплив макро- та мікросередовища на процес ціноутворення. Види цін відповідно до різних ознак: залежно від обороту, який обслуговується; залежно від впливу держави; залежно від особливостей комерційного контракту; залежно від сфери діяльності; за ступенем монопольності; за часом дії; залежно від порядку відшкодування транспортних витрат тощо. Адміністративні та економічні методи державного регулювання цін, їх вплив на цінову політику підприємства. Значення рівня витрат на виготовлення та просування товару на ринок при обґрунтуванні цінових рішень. Загальна характеристика елементів, що входять до складу ціни. Методи ціноутворення. Цінова політика в системі маркетингу підприємства. Моніторинг цін на товари конкурентів при формуванні ціни. «Цінові війни» за ринок збуту. Необхідність і практична значущість маркетингових досліджень цінової чутливості споживачів. Основні характеристики покупців за ступенем чутливості до ціни. Цінова еластичність попиту та пропозиції на товар. Маркетингові цінові стратегії та умови їх застосування. Пристосування цін до специфічних особливостей споживачів. Модифікація цін підприємством для стимулювання збуту. Види цінових знижок, що застосовуються для стимулювання збуту, та ефект від їх застосування.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Корінцева О.І. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. / О.І. Корінцева. – Київ : Патерик, 2014. – 246 с.
2. Корольчук, О. П. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. П. Корольчук, І. Р. Лошенко, Г. В. Любківська. – Київ : КНТЕУ, 2011. – 345 с.
3. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб./Я.В. Литвиненко. – К.: Знання, 2010.- 294с.
4. Маркетингова товарна політика : підручник / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортелова; за ред. Н.О. Криковцевої. – Київ : Знання, 2012.
5. Окландер М. А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / М. А. Окландер, М. В. Кірносова – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.65. НАЗВА. ТЕОРІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., доц., докт. екон. наук, зав. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Набуття практичних навичок з таких питань, як: здійснювати моніторинг громадської думки, розробляти програми PR-кампанії, розраховувати бюджет зв'язків з громадськістю підприємств, вибирати найбільш ефективні засоби зв'язків з громадськістю, організовувати 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 з громадськістю підприємства.

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

Зміст. Зв'язки з громадськістю: основні підходи, цілі та завдання. Систематизація та типологія зв'язків з громадськістю. Система управління зв'язками з громадськістю. Принципи діяльності прес-служб. Функції та завдання прес-служб. Форми роботи прес-служб, їх структура. Організація зв'язків із засобами масової інформації. Прес-конференція як основний метод співпраці зі ЗМІ. Брифінг та прес-конференція: спільне і відмінне. Презентація, проведення презентації. Прес-тур. Ділові зустрічі, круглі столи, прийоми, дні відкритих дверей, екскурсії по своїй території, звані обіди й вечері, ювілеї тощо. Організація зв'язків з різноманітними колами громадськості. Зв'язки з громадськістю в умовах виникнення криз. Організація діяльності підприємства щодо встановлення зв'язків з громадськістю із власними співробітниками. Організація та контроль діяльності підприємства щодо встановлення зв'язків з громадськістю. Зв'язки з громадськістю в контексті соціально відповідального бізнесу.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубовик Т.В. Організація зв'язків з громадськістю : опорний конспект / Т.В. Дубовик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 94 с.
2. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик; МОНМС України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2016. - 251 с.
3. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : підручник / за заг. ред. В.Ф. Іванова, В.В. Різуна. – Київ : Київ. ун-т, 2011. – 431 с.

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

- лекції (тематична / лекція-консультація);
- практичні заняття (доповіді, презентації).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.66. НАЗВА. ТОРГОВЕЛЬНЕ ОБЛАДНАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тарасенко І.І., канд. техн. наук, доц. кафедри інженерно-технічних дисциплін.

Результати навчання. Формування цілісності знань та навичок щодо технічного забезпечення торговельно-технологічних процесів обслуговування покупців, вибору, розміщення, експлуатації, технічного обслуговування торговельного обладнання об'єктів сфери торгівлі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Безпека життя», «Категорії та систематика товарів у ритейлі», «Товарознавство. Харчові продукти», «Товарознавство. Непродовольчі товари».

Зміст. Організація торгового процесу в сфері торгівлі на сьогоднішній час не може здійснюватися без використання різноманітного торговельного обладнання. Сучасні технічні засоби, що використовуються у торговельній галузі, їх кількість, види, комплектність прямо залежать від характеру торгово-технологічного процесу, здійснюваного в кожному окремому закладі торгівлі. За призначенням торговельне обладнання поділяється на ряд основних груп, для розгляду яких і сформовано зміст дисципліни. До вивчення запропоновані такі теми і види обладнання: нейтральне (немеханічне) обладнання, ваговимірювальне обладнання, обладнання для розрахунку з покупцями, обладнання для обліку і управління товарно-грошовим обігом у торгівлі, холодильне обладнання, підйимально-транспортне обладнання, фасувально-пакувальне обладнання, автоматизовані системи в сфері торгівлі, обладнання торгових складів, обладнання для позамагазинного продажу товарів, обладнання для міні пекарень, обладнання для механічної і теплової обробки продуктів в кулінарних підрозділах торговельних підприємств.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: підручник – К.: Книга, 2012. – 679 с.
2. Торговельне обладнання: підручник / А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко, О.П., Шинкаренко – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 320 с.
3. Устаткування закладів ресторанного господарства / А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 640 с.
4. Устаткування закладів ресторанного господарства: підручник / Доценко В.Ф., Губеня В.О. – Київ: Кондор-Видавництво, 2016. - 636 с.
5. Черевко О.І., Новікова О.В., Потапов В.О. Обладнання підприємств сфери торгівлі. Навч. посібник. К.: Ліра-К, 2011. – 648 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, лабораторні заняття.

Методи оцінювання. Критерії оцінювання здійснюються за шкалою ECTS.

– поточний контроль – опитування, тестування;

– підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська

Опис дисциплін спеціалізації «Рекламний бізнес»

4.67. НАЗВА. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Вавдійчик І.М., канд. екон. наук, доц. каф. економіки та фінансів підприємства; Новікова Н.М., канд. екон. наук, ст.викл. каф. економіки та фінансів підприємства.

Результати навчання. Формування економічного мислення, комплексного розуміння проблем управління фінансово-господарською діяльністю підприємства торгівлі та навичок їх практичного розв'язання.

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

Зміст. Торгівля як сфера товарного обігу та вид економічної діяльності. Ринок товарів і послуг, роль торгівлі у забезпеченні його розвитку. Економічна характеристика роздрібною торгівлі. Економічна характеристика оптової торгівлі. Економічна характеристика зовнішньої торгівлі. Товарооборот як основний результативний показник функціонування торгівлі. Товарне забезпечення товарообороту. Економічні ресурси торгівлі. Витрати торгівлі. Економічна ефективність торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Внутрішня торгівля України : монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко [та ін.] ; за заг ред.. д-ра екон.наук, поф. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2016 – 864 с.

2. Ситник Г.В. Фінанси торгівлі : монографія / Г.В. Ситник. – К.: КНТЕУ, 2014. – 672 с.

3. Височин І.В. Управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі : монографія / І.В. Височин . –К.: КНТЕУ, 2012 – 544 с.

4. Чорна М.В, Кушнір Т.Б., Михайлова О.В. Економіка торгівлі: навчально-методичний посібник. – Х. : ХДУХТ, 2015. – с. 221.

5. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій : навч. посіб. / Ю.П. Яковлев. – Херсон : Олді-плюс, 2010. – 376 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); семінарські / практичні (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / метод кейс-стаді / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

- поточний / модульний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка курсової / звіту / конспекту / розрахунково-графічної роботи / проекту / вправи / завдання / ситуаційного завдання та ін.);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.68. НАЗВА. ІНЖЕНЕРНА ТА КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мазур Л.М., канд. арх., ст.викл. кафедри інженерно-технічних дисциплін.

Результати навчання. Формування знань, умінь і навичок проектування, необхідних для представлення технічних рішень за допомогою креслення в системах комп'ютерного проектування, а також для розуміння принципу дії конструкції за її кресленням, навичок читання та виконання схем алгоритмів, програм, даних і систем, креслення програмних документів, застосування систем автоматизованого проектування, зокрема програми AutoCAD, для виконання креслень і графічної документації.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна інформатика».

Зміст. Нарисна геометрія і проекційне креслення. Машинобудівне креслення. Складальне креслення. Види програмних документів. Комп'ютерна графіка.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Савченко Т.В. Інженерна та комп'ютерна графіка. Опорний конспект лекцій. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 132 с.
2. Колесниченко Н. М., Черняева Н. Н. Інженерна та комп'ютерна графіка. Навчальний посібник. – П.: Інфра-Інженерія, 2016. – 236 с.
3. Савченко Т.В., Гахович С.В. Інженерна графіка: Методичні рекомендації до лабораторних занять К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 119 с.
4. Савченко Т.В. Інженерна графіка. Збірник тестових завдань. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 32 с
5. Михайленко В.Є. Інженерна графіка: підруч. для студ. вищ. закл. освіти / В.Є. Михайленко, В.В. Ванін, С.М. Ковальов; за ред. В.Є. Михайленка. – Л.: Піча Ю.В.; Новий світ-2000; К.: Каравела, 2002. – 336 с.
6. Михайленко В.Є. Інженерна графіка: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В.Є. Михайленко, В.В. Ванін, С.М. Ковальов. – К.: Каравела, 2010. – 360 с.
7. Сидоренко В.М. Інженерна та комп'ютерна графіка: навч. посіб. / В.М. Сидоренко. – К.: КНЕУ, 2007. – 329 с.

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

Методи оцінювання.

- поточний контроль – тестування, графічні роботи;
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.69. НАЗВА. ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Зазимко О.В., доц., канд. психол. наук, доц. кафедри психології.

Результати навчання. Знання і розуміння загальнотеоретичних проблем психології реклами; психологічних аспектів комунікації між рекламістами та споживачами; психологічних особливостей застосування різних видів реклами і рекламної діяльності; ролі мотиваційних установок та стереотипів у рекламній практиці; особливостей психологічного впливу рекламної продукції на формування рекламних образів; соціокультурних проблем психологічних впливів в рекламі. Уміння застосовувати знання у дослідженні мотивації споживача; визначенні психологічного типу споживача і його споживацьких мотивів; доцільному застосуванні у рекламних продуктах прийомів та технік психологічного впливу; розробці реклами з врахуванням особливостей її розміщення в ЗМК; визначенні психологічної ефективності рекламної комунікації. Формування суджень щодо антиципації психологічних наслідків впливу рекламного продукту у певному соціокультурному просторі; оцінки психологічної ефективності та безпеки рекламного продукту; організації рекламної діяльності з використанням надбань сугестивного підходу та підходу з «опредмечуванням» потреб.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Загальнотеоретичні та культурно-історичні питання психології реклами. Види реклами і рекламної діяльності. Психологія мотивації у рекламі. Засоби психологічного впливу у рекламі. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів. Методи активізації пошуку творчих ідей. Психологічна ефективність рекламної діяльності. Соціально-культурні особливості психології реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Гуревич П.С. Психология рекламы : учебник [для студ. вузов] / П.С. Гуревич. – К. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 271 с.
2. Краско Т.И. Психология рекламы / Т.И. Краско ; под ред. Е.В. Ромата. – Х. : Студцентр, 2015. – 216 с. (Б-ка журн. «Маркетинг и реклама»).
3. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга / Е.В. Ромат– К.: Студцентр, 2008. – 608 с.
4. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2016 . – 384с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе / дайджесту / огляду / звіту / конспекту / презентації / тощо);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.70. НАЗВА. ЕКОНОМІКА РЕКЛАМНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юсупова О.В., канд. екон. наук, ст. викл. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних основ економіки діяльності суб'єктів підприємництва на ринку рекламних послуг, а також опанування ними навичок реалізації планів та визначення ефективності діяльності рекламного підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Економіка торгівлі».

Зміст. Роль та місце рекламного підприємства на ринку реклами. Ресурсне забезпечення діяльності рекламного підприємства. Витрати рекламного підприємства. Доходи рекламного підприємства та ціноутворення на рекламні послуги. Фінансові результати діяльності рекламного підприємства. Ефективність діяльності рекламного підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 303с.
2. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч.закл. / [за заг. ред. П.В.Круша, В.І.Подвігіної, Б.М.Сердюка]. – 2-ге вид.,стер. – Київ : Ельга-Н;КНТ, 2009. – 780с.
3. Мельникович О. М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О. М. Мельникович. – Київ : КНТЕУ, 2009. – 358 с.
4. Мякота В. Реклама и рекламная деятельность / В. Мякота. – Х. : Фактор, 2003. – 251с.
5. Гохберг О. Ю. Передумови конкурентоспроможності рекламного бізнесу [Текст] / О. Ю. Гохберг // Вісник Донецького Національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2010. – № 3 (47). – С. 102-108.
6. Пеліхов Є. Ф. Економіка сучасного підприємства : навч.-метод. і практ. посіб. / Є. Ф. Пеліхов, О. А. Іванова, О. М. Сумець. – Київ : Хай Тек Прес, 2009. – 343 с.

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

- лекції (оглядова/тематична);
- семінарські/практичні/ заняття (презентація/дискусія/робота в малих групах/ділова гра/інтерактивне тестування/ситуаційне завдання).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне опитування; перевірка та обговорення підготовленого есе/ звіту/ розрахунково-графічної роботи/ задачі /ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.71. НАЗВА. ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Пархаєва Н.В., доц., канд. техн. наук, доц. кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Розуміння теоретичних основ торговельного підприємництва; особливостей підприємницької діяльності в оптовій, посередницькій, роздрібній торгівлі та ресторанному господарстві; різноманітних видів підприємницьких структур у торгівлі; етичних норм і відповідальності підприємців перед різними групами суспільства; засвоєння послідовних етапів заснування власної справи, порядку державної реєстрації, ліцензування та патентування.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Статистика», «Правознавство».

Зміст. Зміст та роль підприємництва та його особливості в сфері торгівлі. Організаційно-правові форми торговельного підприємництва. Утворення суб'єктів торговельного підприємництва. Підприємницька діяльність у сфері роздрібною торгівлі. Підприємницька діяльність у сфері ресторанного господарства. Підприємницька діяльність у сфері оптової торгівлі. Підприємницька діяльність у сфері зовнішньої торгівлі. Підприємницька діяльність у сфері торговельної нерухомості. Підприємницька діяльність у сфері послуг. Основи бізнес-планування. Стратегії торговельного підприємництва. Етична та соціальна відповідальність торговельного підприємництва.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Виноградська А.М. Основи підприємництва: навч. посібник / А.М. Виноградська. 2-ге вид., переробл. і доповн. – К.: Кондор, 2008. – 544 с.
2. Балджи М.Д. Торговельне підприємництво: навчальний посібник / М.Д. Балджи, Н.В. Добрава, В.О. Однолько, М.М. Осипова. – Київ: Кондор-видавництво, 2017. – 112 с.

3. Савицька Н.Л. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова, А.В. Красноусов, К.С. Олініченко. – Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2017. – 214 с.
4. Гой І.В. Підприємництво: навч. посібник / І.В. Гой, Т.П. Смелянська. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 368 с
5. Лігоненко Л.О. Підприємництво і бізнес-культура: підручник / Л.О. Лігоненко, Г.Л. Піратовський, І.В. Молоштан та ін.; за заг. ред. Л.О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2011. – 508 с.
6. Юрко І.В. Торговельне підприємництво: навч. посібник / І.В. Юрко. – К.: Центр учб. л-ри, 2014. – 232 с.

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

- лекції (оглядові / тематичні / проблемні);
- практичні заняття (презентація / дискусія / комунікативний метод / моделювання ситуацій / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

- поточний/модульний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка звіту / розрахунково-аналітичної роботи / проекту / ситуаційного завдання та ін.);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.72. НАЗВА. РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Маренич В.М., доц., канд. юр. наук., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи прикладних знань студентів щодо теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації і проведенні рекламних кампаній на підприємствах; надання знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності. Вивчення загальних принципів побудови системи рекламного менеджменту, конкретного механізму управління рекламною діяльністю, в тому числі таких функцій як планування рекламних кампаній, творча стратегія, стратегія використання засобів реклами, контроль за рекламною діяльністю та оцінка її ефективності.

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

Зміст. Сутність рекламного менеджменту. Основні класифікаційні ознаки реклами. Психологічні основи рекламного менеджменту. Дослідження рекламного ринку. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу. Планування рекламних кампаній. Управління розробкою рекламної ідеї. Медіапланування. Управління корпоративною репутацією. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Морохова В.О. Рекламний менеджмент: навч. посіб. / В. О. Морохова, О. В. Бойко, І. Ф. Лорві ; Луц. нац. техн. ун-т. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 233 с.
2. Реклама в ЗМІ: навч. посіб. / Мар'яна Кіца ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». – Львів : Ліга–Прес, 2017. – 150 с.
3. Трухимович С.В. Реклама. Конспекти копірайтера: [практ. посіб.] / Сергій Трухимович. – Вид. 2-е, допов. – Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. – 146 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.73. НАЗВА. РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мельникович О.М., проф., д-р екон. наук, проф. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування теоретичних знань і практичних навичок щодо здійснення рекламного бізнесу. Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти формувати асортимент рекламних продуктів для агентств різного типу; обирати шляхи просування цих продуктів на ринок; використовувати прийнятні методи ціноутворення на рекламні продукти, визначати їх ціну; застосовувати різноманітні способи пошуку клієнтів рекламних та ПР-агентств; керувати стосунками з клієнтами, брати участь в рекламних та ПР-тендерах, знати способи просування рекламних продуктів на ринок, в т.ч. за допомогою мережі Інтернет.

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

Зміст. Формування асортименту рекламних продуктів для агентств різного типу. Ціноутворення на рекламні продукти. Управління стосунками підприємств рекламної галузі з рекламодавцями. Комунікації з клієнтами. Участь комунікаційних агенцій в рекламних та ПР-тендерах: етапи та проблеми. Маркетингові комунікації підприємств рекламної галузі. Способи просування рекламних продуктів на ринок, в т.ч. за допомогою мережі Інтернет.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент/ Л.В. Балабанова, Л.О. Юзик. – К. : Центр навчальної літератури, 2017. – 392 с.
2. Мельникович О.М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2009. – 358 с.

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

- лекції (оглядові та тематичні);
- практичні заняття (із застосуванням відеоматеріалів, ситуаційних вправ (кейсів), проведенням рольових ігор, дискусій, модерацій, роботи у малих групах над проектами та їх презентацією).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування; тестування, перевірка ситуаційних завдань, підготовленого проекту та оцінка його презентації);
- підсумковий контроль – екзамен.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.74. НАЗВА. КОПРАЙТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Голік О.В., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами.

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Реклама».

Зміст. Процес створення рекламного звернення. Структура й функції рекламного тексту. Елементи рекламного тексту. Літературна норма й мовна практика реклами. Використання художнього прийому в рекламному тексті. Методика написання слоганів. Жанри друкованої реклами: рекламне оголошення, життєва історія, консультація фахівця. Специфіка та елементи тексту радіореклами. Жанри радіореклами. Текст як елемент зовнішньої реклами, його особливості й специфіка. Мовні особливості тексту реклами на телебаченні та у кінорекламі. Реклама на місцях продажів – POS-матеріали: вивіска, вітрина. Специфіка рекламного тексту для різних ЗМІ: преси, радіо, телебачення, Інтернету. Контрольовані організацією PR-матеріали для зовнішньої аудиторії. Лист у редакцію, прес-реліз, пост-реліз, бекграундер, біографічна довідка, факт-лист, стаття, заява для ЗМІ, прес-кіт. Написання промов (спічрайтинг). Основні види спічрайтерського тексту. Методика та етапи написання спічрайтерського тексту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : підручник / за заг. ред. В.Ф. Іванова, В.В. Різуна. – Київ : Київ. ун-т, 2011. – 431 с.
2. Препотенська М. Риторика. 10 ключових тем : навч. посіб. / М. Препотенська. – Київ : ІНКІОС, 2010. – 254 с.
3. Удріс Н. Рекламна комунікація : навч. посіб. / Н. Удріс. – Київ : Спринт-Сервіс, 2014. – 127 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (підготовка презентацій, моделювання ситуацій, написання різних рекламних та PR-текстів).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка творчих завдань, презентацій, аналіз рекламних та PR-текстів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.75. НАЗВА. ТЕОРІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., доц., докт. екон. наук, зав. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Набуття практичних навичок з таких питань, як: здійснювати моніторинг громадської думки, розробляти програми PR-кампанії, розраховувати бюджет зв'язків з громадськістю підприємств, вибирати найбільш ефективні засоби зв'язків з громадськістю, організовувати 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 з громадськістю підприємства.

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

Зміст. Зв'язки з громадськістю: основні підходи, цілі та завдання. Систематизація та типологія зв'язків з громадськістю. Система управління зв'язками з громадськістю. Принципи діяльності прес-служб. Функції та завдання прес-служб. Форми роботи прес-служб, їх структура. Організація зв'язків із засобами масової інформації. Прес-конференція як основний метод співпраці зі ЗМІ. Брифінг та прес-конференція: спільне і відмінне. Презентація, проведення презентації. Прес-тур. Ділові зустрічі, круглі столи, прийоми, дні відкритих дверей, екскурсії по своїй території, звані обіди й вечері, ювілеї тощо. Організація зв'язків з різноманітними колами громадськості. Зв'язки з громадськістю в умовах виникнення криз. Організація діяльності підприємства щодо встановлення зв'язків з громадськістю із власними співробітниками. Організація та контроль діяльності підприємства щодо встановлення зв'язків з громадськістю. Зв'язки з громадськістю в контексті соціально відповідального бізнесу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубовик Т.В. Організація зв'язків з громадськістю : опорний конспект / Т.В. Дубовик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 94 с.
2. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик; МОНМС України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2016. - 251 с.
3. Основи реклами і зв'язків з громадськістю : підручник / за заг. ред. В.Ф. Іванова, В.В. Різуна. – Київ : Київ. ун-т, 2011. – 431 с.

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

- лекції (тематична / лекція-консультація);
- практичні заняття (доповіді, презентації).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.76. НАЗВА. РЕКЛАМА В ТОРГІВЛІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., доц., докт. екон. наук, зав. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Набуття практичних навичок з таких питань, як: розроблення цілей і завдань реклами; створення плану рекламної кампанії; оцінювання існуючих рекламних звернень та написання їх; розрахунок рекламного бюджету; результативності та ефективності рекламної кампанії підприємства торгівлі та види основних засобів реклами в торгівлі, організація та контроль рекламної діяльності підприємства торгівлі; вибір конкретного рекламного агентства, послугами якого можна скористатися.

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

Зміст. Теоретичні засади рекламної діяльності. Особливості управління рекламною діяльністю в торгівлі. Основні види торгової реклами. Інформаційно-аналітичне забезпечення рекламної діяльності підприємств торгівлі. Планування торгової реклами підприємств торгівлі. Психологічні основи сприйняття торгової реклами. Технологічні аспекти рекламного процесу в торгівлі. Координація діяльності суб'єктів рекламного ринку. Розробка рекламної кампанії та її інтеграція з маркетинговими комунікаціями підприємства торгівлі. Соціально-етичні аспекти торгової реклами. Контроль та оцінка результативності рекламної діяльності підприємства торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія. / Т.В. Дубовик // – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 332 с.
2. Торгова реклама: теорія та практика управління : монографія /А.А. Мазаракі, В.В. Ортинська, Т.В. Дубовик. – К. : Київ. нац. торг. -екон. ун-т, 2009 – 188 с.
3. Ромат Е.В. Реклама в системі маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608с.

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

- лекції (оглядова / тематична / проблемна);
- практичні заняття (презентація, дискусія, модерація, моделювання ситуацій, метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.77. НАЗВА. РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кияниця Є. О., канд. наук із соц. комунік., ст. викл. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів вмінь та навичок створення різних видів рекламного продукту та різних видів контенту для різних каналів комунікацій.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія реклами», «Реклама», «Копірайтинг».

Зміст. Сутність та завдання рекламного креативу. Дотичні до креативу поняття: творчі прийоми та методики. Основні функції та функції рекламного креативу. Міфи та REM-провідники: їх сутність та значення для створення креативної реклами. Евристичні прийоми створення рекламних ідей. Використання конвергентного та дивергентного мислення в креативному процесі. Латеральне мислення та відповідні до нього методики. Асоціативні технології створення креативу для різних форм комунікацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / под ред. В.О. Пигулевского – Харьков : Изд-во «Гуманитарный цент», 2011. – 404 с.
2. Зеленін В. Основи міфодизайну : психотехнології керування медіареальністю / Всеволод Зеленін. – К. : Вид-во «Гнозіс», 2017. – 168 с.
3. Роде М. Скетчноутинг. Посібник з візуалізації ідей / Майк Роде ; пер з англ. Ганни Литвиненко. – Харків : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2016. – 224 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій та інтерактивних методів навчання: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, творчого проекту);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
1. Загальна інформація	3
1.1. Назва та адреса	3
1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус)	3
1.3. Академічні органи	6
1.4. Академічний календар.....	6
1.5. Перелік запропонованих освітніх програм.	7
1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації.	11
1.7. Механізми для визнання кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального).	11
1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка)	12
1.9. Механізми академічного управління.....	12
2. Ресурси та послуги	12
2.1. Відділ обліку студентів	12
2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання.	13
2.3. Харчування	14
2.4. Вартість проживання.	14
2.5. Фінансова підтримка для студентів	14
2.6. Медичні послуги.	15
2.7. Страхування.....	16
2.8. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами.....	16
2.9. Навчальне обладнання.....	17
2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами .	21
2.11. Обов'язкові та вибіркові «вікна мобільності»	23
2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього)	23
2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.....	24
2.14. Мовні курси	25
2.15. Можливості для проходження практики	26
2.16. Навчання на робочому місці	28
2.17. Умови для занять спортом і відпочинку.....	28
2.18. Студентські організації.....	28
3. Освітня програма (із зазначенням керівника проектної групи – гаранта освітньої програми)	30
4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)	58