

Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет торгівлі та маркетингу

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

Галузь знань	06 «Журналістика»
Спеціальність	061 «Журналістика»
Спеціалізація	«Реклама і зв'язки із громадськістю»
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	071	Облік і	071	Облік і

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
Управління та адміністрування	Облік і оподаткування	оподаткування	Облік і оподаткування	оподаткування в міжнародному бізнесі
				Облік і податковий консалтинг
		Фінансовий контроль та аудит		Фінансовий контроль та аудит
		Фінансова аналітика		
	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
		Страхування		Financial intermediation - англломовна
		Корпоративні фінанси		Страхування
	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
		Management of foreign economic activiti - англломовна		Management of foreign economic activiti - англломовна
		Управління бізнесом		Управління бізнесом
		Торговельний менеджмент(Trade management)		Торговельний менеджмент
		Менеджмент персоналу (HR management)		Trade management - англломовна
		Промисловий менеджмент (Industrial management)		Менеджмент персоналу (HR management)
				Готельний і ресторанний менеджмент

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
		Готельний і ресторанний менеджмент		Hotel and Restaurant management - англomовна
		Туристичний менеджмент		Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент
				Tourist and resort-recreational management - англomовна
		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
				Цифровий маркетинг (Digital marketing)
	076 Підприємство, торгівля та біржова діяльність	Оптова і роздрібна торгівля	076 Підприємство, торгівля та біржова діяльність	Організація оптової та роздрібно́ї торгівлі
		Товарознавство і комерційна логістика		Товарознавство і комерційна логістика
Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі		Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі		
Митна справа		Митна справа		
Логістична діяльність		Customs - англomовна		
		Логістика та управління ланцюгами постачання		
Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management)		Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management)		
08Право	081 Право	081 Право	Комерційне право	

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
			Фінансове право	
		Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності		Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності
		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)
	<u>242</u> Туризм	Міжнародний туризм	242 Туризм	Міжнародний туристичний бізнес

Шифр та найменування галузі знань	Освітній ступінь «бакалавр»		Освітній ступінь «магістр»	
	Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
			Економіка і організація туризму	
				Міжнародний івент-менеджмент в туризмі
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 лісо-паркова 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 лішко-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 комунальних 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 “KNUTEHUB”, 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, відео-касетах 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 проєктів. 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 інформангентство «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, повнотекстові 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 організуються 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 індикиції 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	Licence (бакалавр)	• Менеджмент	1 рік	Очна	Французька	– Знання французької мови –

ЗВО–партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
<i>(Université Clermont-Auvergne)</i> Університетська школа менеджменту Клермон-Ферран, Франція						рівень B2, – щонайменше 2–3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Операційний менеджмент • Менеджмент малих і середніх підприємств 	2 роки			– Знання французької мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Вища паризька школа комерції (ESCPEurope) Париж, Франція	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент 	2 роки	Очна	Англійська, французька	– Знання мови – рівень B2, – диплом бакалавра
Університет Парі Ест Кретей (Université Paris-Est Creteil) Інститут адміністрування підприємств в 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 				– Знання англійської мови – рівень B2/C1, – диплом

ЗВО–партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
		<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент організацій • Маркетинг • Фінанси • Бухгалтерський облік, контроль, аудит 	1–2 роки		Французька	– Знання французької мови – рівень B2/C1, – дипло м бакалавра
Бізнес-школа «Audencia» Нант, Франція	Master (магістр)	• Менеджмент	1,5 року	Очна	Французька, англійська	– Знання мови – рівень B2, – дипло м бакалавра
Університет Гренобль Альпи (Université Grenoble Alpes) Економічний факультет Гренобль, Франція	Licence (бакалавр)	• Економіка і управління	1 рік	Дистанційна	Французька, англійська	– Знання французької, англійської мов – рівень B1–B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент • Фінанси • Маркетинг 	2 роки	Очна	Французька	– Знання французької мови, – рівень B2–C1, – дипло м 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 B1
	Літня школа з вивчення англійської мови					
	Бізнес-школа Ланкаширу (з 2016 р.)		1 рік			– Знання англійської мови – рівень B2/C1, – дипло м 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
	Варненський економічний університет
Болгарія	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.Ауєзова
	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 В1–В2, мають можливість здавати екзамен на отримання міжнародних мовних сертифікатів (DELF-DALF, 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 «УКРЗОВНШТРАНС»; 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 ендЯнг», 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 MIRRORC OTELЬ», 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.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми) –
Мельникович О.М., д.е.н., проф.

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061
«Журналістика»
(за спеціалізацією «Реклама і зв'язки з громадськістю»)**

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Київський національний торговельно-економічний університет; факультет торгівлі та маркетингу; кафедра журналістики та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти «бакалавр» спеціальність «Журналістика» спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Офіційна назва освітньої програми	«Реклама і зв'язки з громадськістю»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний ступінь (надається на базі одного навчального закладу), 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки України (Україна) терміном дії до 01 липня 2021 р. на підставі наказу МОН України № 1102169 від 25.05.2011 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – 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 2021 р.
Інтернет-адреса	https://www.knteu.kiev.ua

постійного розміщення опису освітньої програми	
2 – Мета освітньої програми	
<p>Підготовка фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю, який досліджує ринкову позицію підприємства і у відповідності з цим визначає його політику у сфері реклами і зв'язків з громадськістю в умовах конкуренції, готує пропозиції щодо просування товарів та послуг за допомогою реклами і зв'язків з громадськістю, розробляє оригінал-макети комунікаційних звернень та рекламну кампанію і кампанію зі зв'язків з громадськістю підприємства</p>	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>Галузь знань 06 «Журналістика», спеціальність 061 «Журналістика», спеціалізація «Реклама та зв'язки з громадськістю».</p> <p>Дисципліни циклу загальної підготовки – 20%; Дисципліни циклу професійної підготовки – 47%; Дисципліни вільного вибору - 25 %; Практична підготовка студентів - 8%.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна.</p> <p>Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Формування системи професійних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань, пов'язаних з використанням технологій зв'язків з громадськістю та здійсненням рекламної діяльності підприємствами. Ключові слова: управління комунікаціями, репутацією та іміджем підприємства; стратегічне та тактичне планування системи комунікацій; створення продуктивних програм реклами та зв'язків з цільовими громадськостями; моніторинг та дослідження громадської думки та ставлення до корпоративного іміджу та репутації підприємства; технологій рекламної діяльності та діяльності з забезпечення корпоративних зв'язків з громадськістю.</p>
Особливості програми	<p>Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері реклами і зв'язків з громадськістю; практична підготовка на підприємствах, які здійснюють рекламу і зв'язки з громадськістю.</p>

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: Кваліфікована виконавська діяльність у видавництвах, інформаційних та медійних агентствах, прес-службах, політичних, комерційних та громадських організаціях, медіаструктурах, науково-дослідних, експертних установах, навчальних закладах
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ – ENEA, 7-рівня EQF-LLL, 8-го рівня НРК України.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, відео-тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, ділові ігри, «мозкові атаки», ситуаційні вправи (метод «кейс-стаді»), робота в малих групах, дистанційне навчання
Оцінювання	Письмові екзамени, заліки, підсумковий контроль, усні та письмові опитування, оцінювання есе та презентацій, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт. Підсумкова атестація (кваліфікаційний екзамен) та випускова кваліфікаційна робота за Положенням про випускний кваліфікаційний проект (роботу), затверджене Вченою радою КНТЕУ 25 лютого 2015 року (протокол №6, п.7)
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Уміння застосовувати знання на практиці. ЗК 2. Усне та письмове спілкування рідною мовою. ЗК 3. Знання другої мови. ЗК 4. Навички роботи з ПК. ЗК 5. Дослідницькі уміння. ЗК 6. Здатність до самонавчання. ЗК 7. Робота в команді. ЗК 8. Навички роботи з інформацією (уміння знаходити

	<p>та аналізувати інформацію з різних джерел).</p> <p>ЗК 9. Здатність генерувати нові ідеї (творчість).</p> <p>ЗК 10. Дотримання професійної етики та принципів і правил, що забезпечують безпеку життя.</p>
<p>Фахові компетентності (ФК)</p>	<p>ФК 1. Організовувати моніторинг рекламної діяльності та кампаній зі зв'язків з громадськістю конкурентів підприємства;</p> <p>ФК 2. Проводити маркетингові дослідження у сфері реклами і зв'язків з громадськістю;</p> <p>ФК 3. Формувати політику підприємства у сфері реклами і зв'язків з громадськістю;</p> <p>ФК 4. Формувати інформаційну політику підприємства;</p> <p>ФК 5. Створювати позитивну суспільну думку про підприємство;</p> <p>ФК 6. Створювати програми – розбудови позитивного іміджу підприємства;</p> <p>ФК 7. Розраховувати системи цільових громадськостей підприємства;</p> <p>ФК 8. Обґрунтовувати вибір засобів масової інформації як рекламних носіїв та оцінювати ефективність їх використання;</p> <p>ФК 9. Розробляти кампанії зі ЗМІ;</p> <p>ФК 10. Розробляти програми внутрішніх зв'язків з громадськістю, спонсорського пакету, фандрайзингової програми;</p> <p>ФК 11. Формувати медіаплатформи розміщення реклами;</p> <p>ФК 12. Розробляти план рекламної кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю в Інтернеті та оцінювати їх результативність;</p> <p>ФК 13. Розробляти комунікаційні звернення;</p> <p>ФК 14. Розраховувати оптимальний бюджет рекламної кампанії та кампанії зі зв'язків з громадськістю;</p> <p>ФК 15. Створювати рекламні та комунікаційні програми;</p> <p>ФК 16. Створювати інформаційні та рекламні матеріали для проведення комунікаційних кампаній підприємства;</p> <p>ФК 17. Розробляти комунікаційні та рекламні стратегії підприємства.</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 реклами та зв'язках з громадськістю.</p> <p>ПРН 3. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти для цілей реклами та зв'язків з громадськістю;</p> <p>ПРН 4. Визначати цілі маркетингового дослідження, спрямованого на завдання реклами та зв'язків з громадськістю та проводи аналіз й інтерпретацію результатів дослідження.</p> <p>ПРН 5. Оцінювати та аналізувати стан комунікативного простору підприємства.</p> <p>ПРН 6. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, 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 механізми формування репутації, іміджу та поведінки споживачів для рішення корпоративних завдань підприємства;</p> <p>ПРН 10. Показати вміння визначати цільові аудиторії, пріоритетні громадськості, впливові групи тощо для вирішення завдань реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>ПРН 11. Формувати програму рекламних комунікацій підприємства та здійснювати оцінку її ефективності.</p> <p>ПРН 12. Обґрунтовувати вибір носіїв реклами та розроблювати медіаплатформи.</p> <p>ПРН 13. Досліджувати зміст та характер іміджу, репутації та гудвілу підприємства як ресурсів конкурентоспроможності останнього на ринку.</p> <p>ПРН 14. Розроблювати рекламні звернення.</p> <p>ПРН 15. Створювати клієнтські бази.</p> <p>ПРН 17. Формувати програми моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.</p> <p>ПРН 18. Розроблювати стратегії управління репутацією та іміджу підприємства.</p> <p>ПРН 19. Розроблювати програму лояльності споживачів.</p>
<p>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</p>	

Кадрове забезпечення	Випусковою та відповідальною за підготовку спеціалістів з реклами та зв'язків з громадськістю є кафедра журналістики та реклами КНТЕУ. Завідувач кафедри: доктор економічних наук, професор Дубовик Т.В. Навчальний процес забезпечується викладачами, 94% з яких мають науковий ступінь та/або вчене звання. З них доктори наук – 11%, кандидати наук – 83%. 11% викладачів мають звання професора, 50% - звання доцента. 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.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Короткострокове навчання студентів за попередньо визначеним курсом в інших закладах вищої освіти.
Міжнародна кредитна мобільність	КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямом K1 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; - за напрямом підготовки та спеціальностями вищої освіти за освітнім ступенем «бакалавр»: денна форма навчання - 3 роки 10 місяців, заочна форма навчання - 4 роки 6 місяців.

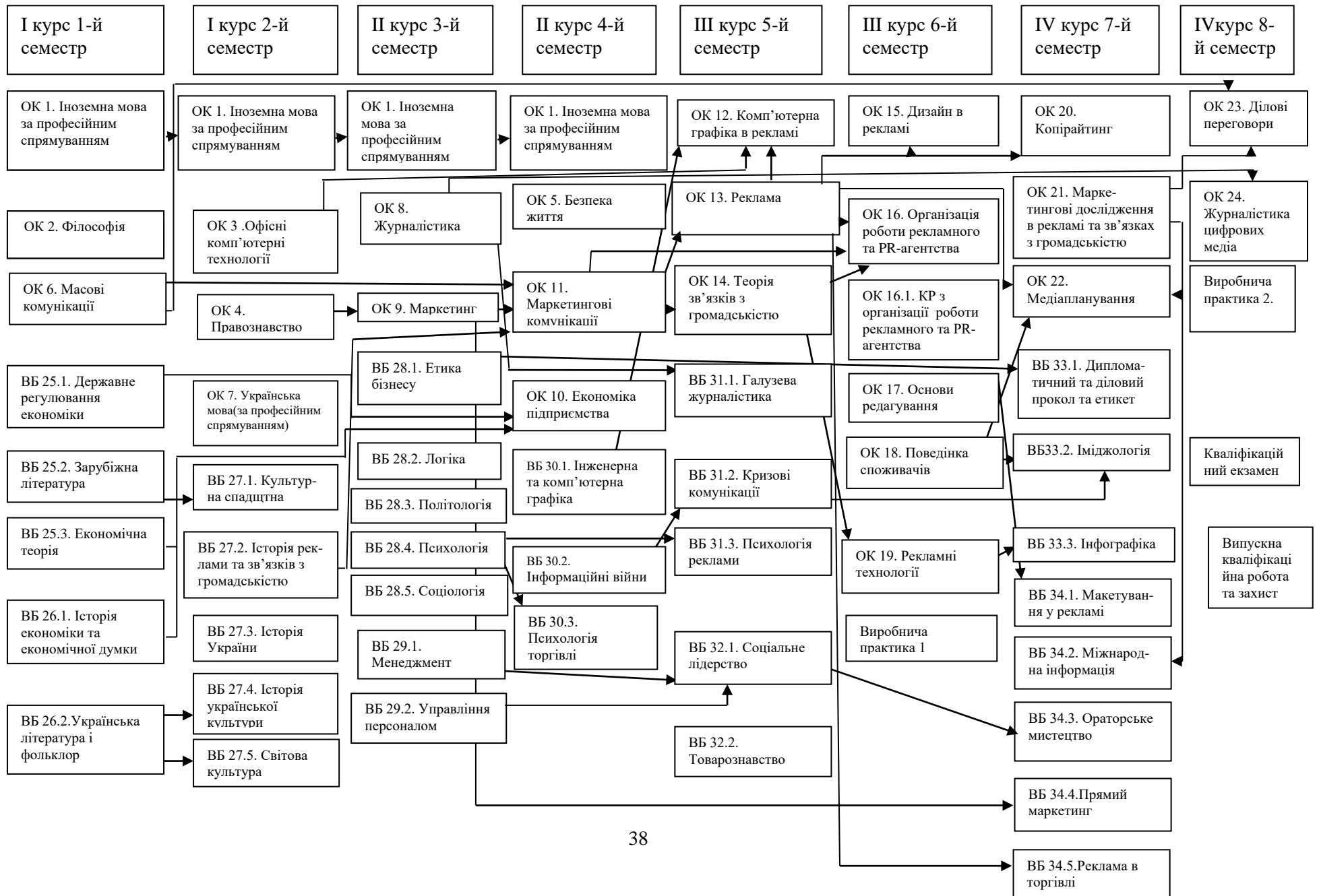
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

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			
ОК1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	Е/п
ОК2	Філософія	6	Е/п
ОК3	Офісні комп'ютерні технології	6	Е/п
ОК4	Правознавство	6	Е/п
ОК5	Безпека життя	6	Е/п
ОК6	Масові комунікації	6	Е/п
ОК7	Українська мова (за професійним спрямуванням)	6	Е/п
ОК8	Журналістика	6	Е/п
ОК9	Маркетинг	6	Е/п
ОК10	Економіка підприємства	6	Е/п
ОК11	Маркетингові комунікації	6	Е/п
ОК 11.1	КР з Маркетингових комунікацій		
ОК12	Комп'ютерна графіка в рекламі	6	Е/п
ОК13	Реклама	6	Е/п
ОК14	Теорія зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ОК15	Дизайн в рекламі	6	Е/п
ОК16	Організація роботи рекламного та PR-агентства	6	Е/п
ОК 16.1	КР з організації роботи рекламного та PR-агентства		
ОК17	Основи редагування	4,5	Е/п
ОК18	Поведінка споживачів	6	Е/п
ОК 19	Рекламні технології	4,5	Е/п
ОК20	Копірайтинг	6	Е/п
ВБ 21	Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ОК22	Медіапланування	6	Е/п
ОК 23	Ділові переговори	7,5	Е/п
ОК 24	Журналістика цифрових медіа	7,5	Е/п
Загальний обсяг обов'язкових компонент		162	
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 25.1	Державне регулювання економіки	6	Е/п
ВБ 25.2.	Зарубіжна література	6	Е/п
ВБ 25.3	Економічна теорія	6	Е/п
ВБ 26.1.	Історія економіки та економічної думки	6	Е/п

ВБ 26.2.	Українська література і фольклор	6	Е/п
ВБ 27.1	Культурна спадщина України	6	Е/п
ВБ 27.2.	Історія реклами та зв'язків з громадськістю	6	Е/п
ВБ 27.3.	Історія України	6	Е/п
ВБ 27.4.	Історія української культури	6	Е/п
ВБ 27.5.	Світова культура	6	Е/п
ВБ 28.1.	Етика бізнесу	6	Е/п
ВБ 28.2	Логіка	6	Е/п
ВБ 28.3.	Політологія	6	Е/п
ВБ 28.4.	Психологія	6	Е/п
ВБ 28.5.	Соціологія	6	Е/п
ВБ 29.1.	Менеджмент	6	Е/п
ВБ 29.2.	Управління персоналом	6	Е/п
ВБ 30.1	Інженерна та комп'ютерна графіка	6	Е/п
ВБ 30.2.	Інформаційні війни	6	Е/п
ВБ 30.3.	Психологія торгівлі	6	Е/п
ВБ 31.1.	Галузева журналістика	6	Е/п
ВБ 31.2.	Кризові комунікації	6	Е/п
ВБ 31.3.	Психологія реклами	6	Е/п
ВБ 32.1.	Соціальне лідерство	6	Е/п
ВБ 32.2.	Товарознавство	6	Е/п
ВБ 33.1.	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6	Е/п
ВБ 33.2.	Іміджологія	6	Е/п
ВБ 33.3.	Інфографіка	6	Е/п
ВБ 34.1	Макетування у рекламі	6	Е/п
ВБ 34.2.	Міжнародна інформація	6	Е/п
ВБ 34.3.	Ораторське мистецтво	6	Е/п
ВБ 34.4.	Прямий маркетинг	6	Е/п
ВБ 34.5.	Реклама в торгівлі	6	Е/п
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60	-
Практична підготовка			
	Виробнича практика 1	3	
	Виробнича практика 2	6	
Атестація			
	Виконання випускної кваліфікаційної роботи	6	
	Підготовка до кваліфікаційного екзамену та атестація та захист	3	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 061 «Журналістика» спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю» проводиться у формі підсумкової атестації (кваліфікаційного екзамену) та випускової кваліфікаційної роботи за Положенням про випускний кваліфікаційний проект (роботу), затверджене Вченою радою КНТЕУ 25 лютого 2015 року (протокол №6, п.7) та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження кваліфікації: ступінь вищої освіти «бакалавр» спеціальність «Журналістика» спеціалізація «Реклама і зв'язки з громадськістю» студентам, які отримали під час атестації оцінку від 60 до 100 балів.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24
ЗК1	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК2						•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК3	•																							
ЗК4									•	•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		
ЗК5						•		•	•	•	•		•	•		•		•		•	•	•	•	•
ЗК6	•	•		•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК7									•	•		•	•	•	•	•		•	•	•	•	•		
ЗК8				•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•
ЗК9						•		•	•		•	•	•	•	•	•			•	•		•	•	•
ЗК10						•		•	•		•	•	•	•	•	•		•	•		•		•	•
ФК1							•				•		•	•								•		
ФК2									•													•		
ФК3	•		•								•		•	•		•								
ФК4											•		•	•										
ФК5						•					•		•	•		•								
ФК6						•					•		•											
ФК7						•					•		•	•		•								
ФК8	•					•			•		•		•											
ФК9	•					•			•		•		•	•		•								
ФК10						•			•		•		•	•		•								
ФК11			•						•		•		•										•	
ФК12									•		•	•	•			•							•	
ФК13			•			•					•	•	•		•	•	•		•	•			•	
ФК14						•					•		•			•							•	
ФК15			•			•					•		•			•								
ФК16								•			•	•	•		•	•	•		•	•				•
ФК17									•		•		•			•			•					

Продовження 4

	ВБ 25.1	ВБ 25.2	ВБ 25.3	ВБ 26.1	ВБ 26.2	ВБ 27.1	ВБ 27.2	ВБ 27.3	ВБ 27.4	ВБ 27.5	ВБ 28.1	ВБ 28.2	ВБ 28.3	ВБ 28.4	ВБ 28.5	ВБ 29.1	ВБ 29.2	ВБ 30.1	ВБ 30.2	ВБ 30.3	ВБ 31.1	ВБ 31.2	ВБ 31.3	ВБ 32.1	ВБ 32.2	ВБ 33.1	ВБ 33.2	ВБ 33.3	ВБ 34.1	ВБ 34.2	ВБ 34.3	ВБ 34.4	ВБ 34.5			
ЗК1									x	x	x		x	x	x	x			x		x	x	x	x			x	x	x							
ЗК2		x			x																		x					x								
ЗК3	x			x																				x												
ЗК4												x														x										
ЗК5															x																					
ЗК6																																				
ЗК7							x		x				x	x										x											x	
ЗК8															x									x												
ЗК9			x	x	x							x					x								x	x										
ЗК10									x				x	x		x		x	x	x				x											x	
ФК1							x								x	x		x	x					x	x	x	x									
ФК2															x			x	x						x			x								
ФК3									x				x	x	x	x		x	x					x	x	x	x								x	
ФК4							x		x				x	x	x	x	x	x	x					x	x	x									x	
ФК5															x		x	x	x							x									x	
ФК6	x	x	x	x	x				x						x		x								x	x									x	
ФК7																	x									x	x								x	
ФК8															x												x									
ФК9	x	x	x		x	x		x		x		x	x		x		x				x	x	x		x	x				x	x	x	x	x		
ФК10	x			x			x				x		x	x		x				x		x	x				x	x	x	x			x	x	x	
ФК11			x			x		x		x					x			x	x	x					x			x						x		
ФК12		x		x		x			x		x	x	x			x					x	x			x			x						x	x	
ФК13								x		x					x		x	x	x	x				x			x								x	
ФК14	x	x	x	x	x		x				x				x	x	x							x			x								x	
ФК15							x	x	x	x					x	x									x			x								x
ФК16				x			x	x		x					x	x									x			x								x
ФК17	x	x	x		x	x	x		x	x		x	x	x	x	x					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24
ПРН 1		•						•	•	•	•							•			•			•
ПРН 2					•		•		•		•		•			•		•			•	•		
ПРН3			•						•			•		•	•	•	•	•	•			•		
ПРН 4																•		•			•			
ПРН 5						•		•			•		•	•		•		•		•	•			•
ПРН 6				•		•		•		•		•			•	•		•	•	•	•			•
ПРН 7	•																							
ПРН 8			•			•		•		•							•	•			•			•
ПРН 9											•		•	•						•				
ПРН 10											•		•	•		•				•				
ПРН 11			•								•			•		•								
ПРН 12											•		•			•						•		
ПРН 13									•		•						•				•			
ПРН 14											•	•	•		•	•	•		•	•				
ПРН 15									•							•							•	
ПРН 16																	•						•	
ПРН 17														•				•			•			
ПРН 18									•		•			•		•								
ПРН 19									•					•		•	•							

Продовження 5

	ВБ 25.1	ВБ 25.2	ВБ 25.3	ВБ 26.1	ВБ 26.2	ВБ 27.1	ВБ 27.2	ВБ 27.3	ВБ 27.4	ВБ 27.5	ВБ 28.1	ВБ 28.2	ВБ 28.3	ВБ 28.4	ВБ 28.5	ВБ 29.1	ВБ 29.2	ВБ 30.1	ВБ 30.2	ВБ 30.3	ВБ 31.1	ВБ 31.2	ВБ 31.3	ВБ 32.1	ВБ 32.2	ВБ 33.1	ВБ 33.2	ВБ 33.3	ВБ 34.1	ВБ 34.2	ВБ 32.3	ВБ 34.4	ВБ 34.5			
ПРН 1	•		•	•					•	•		•			•		•	•	•	•	•				•											
ПРН 2			•	•	•	•		•	•	•		•	•		•	•	•	•	•	•	•	•		•												
ПРН 3											•												•	•												
ПРН 4	•	•	•	•	•			•				•								•				•		•									•	
ПРН 5							•					•	•		•					•																
ПРН 6										•		•														•										
ПРН 7							•		•			•	•		•				•																	
ПРН 8			•	•	•			•	•		•				•		•														•	•		•		
ПРН 9															•																					•
ПРН 10															•	•		•	•	•				•	•	•					•	•	•			
ПРН 11															•																					
ПРН 12																																				
ПРН 13															•																					•
ПРН 14															•	•	•	•	•	•	•	•	•			•				•	•	•	•	•		
ПРН 15															•																					
ПРН 16								•	•			•	•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•			•	•	•	•	•		
ПРН 17	•	•	•	•	•			•	•		•				•	•	•							•	•					•	•	•	•	•		
ПРН 18							•								•									•		•				•		•				
ПРН 19													•	•	•	•	•	•	•					•	•				•	•	•	•	•	•		

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни).

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

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Англ. мова: Фінік Є.О. викл. каф. сучасних європейських мов, Костенко О.Ю., вик. каф. сучасних європейських мов, Овчарова О.В., вик. каф. сучасних європейських мов, нім. мова: Томко О.І. старш. викл. каф. сучасних європейських мов, франц. мова: Дурдас А.П., викл. каф. сучасних європейських мов.

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. 1 етап – формування базової іноземномовної компетентності в сфері економіки і бізнесу. 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. Основні економічні поняття; маркетинг; функції маркетингу; менеджмент; форми торгівлі; реклама; типи реклами; реклама в Україні; типи зв'язків з громадськістю; рекламні агенції та їх персонал; етика ведення реклами та зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

Англ.

1. Дубініна О.В. Практична граматики англійської мови=Practical Grammar of English : навч. посіб. / О.В. Дубініна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 216 с.
2. Латигіна А.Г. Англійська мова міжнародного бізнесу та менеджменту = English of International Business and Management : підручник / А.Г. Латигіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 416 с.
3. Колот Л.А. Менеджмент – моя спеціальність = I Major in Management : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Л.А. Колот. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 252 с.

4. Розум А.П. Англійська мова для економістів=English for Economists : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А.П. Розум. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 312 с.
5. Харченко Г.Є. Англійська мова для реклами та зв'язків з громадськістю = English on Advertising and Public Relations: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ Г.Є. Харченко, А.П. Розум. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 276 с.

Франц.

1. Клименко Т.І. Збірник текстів і завдань для самостійної роботи. Друга іноземна мова (французька)/ Т.І. Клименко. – К. : КНТЕУ, 2014. – 41 с.
2. Рабош Г. Французька мова. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ Г. Рабош. – «Нова Книга», 2013. – 464 с.
3. LE FRANÇAIS: навчал. посіб. з французької мови для студентів вищих навчальних закладів / В.Ю. Литвиненко. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «ОМІДА», 2015. – 107 с.
4. Littérature progressiste du français. Deuxième édition avec 600 activités. CLE International, Paris, 2013, 175 p.
5. Борисенко П.А. Французька мова як друга іноземна: навч. посіб. / П.А. Борисенко. – К. : НАУ, 2011. – 228 с.

Нім.

1. Котвицька В.А. Вступ до німецької мови професійного спрямування (німецькою мовою) : навч. посіб. для студентів технічних факультетів (рівень B1+) / В.А. Котвицька, О.О. Беззубова, О.А. Лазебна. – Київ : НТУУ «КПІ», 2016. – 186 с.
2. Зайцева Н.В. «Grundwissen über Computerwelt»: навч.-метод. посіб. з німецької мови для студентів напряму навчання «Комп'ютерні науки» / Н.В. Зайцева. – Мелітополь: Таврійський державний агро-технологічний університет, 2013. – 144 с.
3. Anette Müller, Sabine Schlüter „Im Beruf“, Max Hueber Verlag GmbH & Co, München, 2017, 110 S.
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.
5. Valeske Hagner „Im Beruf“ Hueberverlag GmbH und Co. K6, München, Deutschland, 2014, 189 S.

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).

Мова навчання та викладання. Англійська, німецька, французька.

4.2. Назва. ФІЛОСОФІЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Морозов А.Ю., доц., д-р філософ. наук, проф. каф. 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. «Психологія», «Історія України», «Історія 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: навч. посібн./ М.О. Шкепу. – К.: КНТЕУ, 2010.– 347 с.
2. Морозов А.Ю. Інтуїція в пошуках добра: монографія / А.Ю. Морозов. – К.: Логос, 2013. – 416 с.
3. Причепій Є.М. Філософія: підручн. / Є.М. Причепій, А.М. Черній, Л.А. Чекаль. – К. : Академвидав, 2009. – 592 с.
4. Філософія. Хрестоматія: навч. посібн. – К.: КНТЕУ, 2010. – 160 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

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

Результати навчання. Формування у студентів системи знань про теорію та історію масових комунікацій, набуття вмінь і навичок для аналізу

масовокомунікаційних процесів за допомогою відповідної методології, вивчення концепцій (моделей) масових комунікацій.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Основи журналістики», «Теорія зв'язків з громадськістю», «Основи реклами».

Зміст. Загальна характеристика й наукові концепції масових комунікацій. Види і форми мас, масова свідомість і громадська думка. Поняття аудиторії та масової аудиторії, соціальний портрет сучасної аудиторії мас-медіа. Комунікатори в системі масового спілкування. Сутність та види масового комунікаційного впливу. Поняття комунікативного бар'єру як перешкоди ефективному спілкуванню. Види технологій масового комунікаційного впливу. Сутність інформації. Масова інформація як інструмент комунікаційного впливу. Ефективність і дієвість у масовій комунікації. Визначення й формули ефективності в масовій комунікації. Інформаційне суспільство як новий етап цивілізаційного розвитку.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. / за наук. ред. В.В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2010. – 258 с.
2. Кіслов Д. Інформаційні війни : монографія / Д.В. Кіслов. – К. : КНТЕУ, 2013. – 299 с.
3. Холод О. Комунікаційні технології : підручник / О.М. Холод. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 212 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / проблемна); практичні заняття (розгляд масовокомунікаційних теорій, обговорення в групах, написання есе, промов та виступів з використанням комунікаційних технологій та їх подальше обговорення), відвідування українських мас-медіа з метою практичного бачення створення інформаційних продуктів, роботи з аудиторіями тощо.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. Назва. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Новікова Н.Л., доц., д-р екон. наук, зав. каф. публічного управління та адміністрування; Орлова Н.С., проф., д-р екон. наук, проф. каф. публічного управління та адміністрування.

Результати навчання. Розуміння цілей, форм, методів та інструментів впливу держави на діяльність суб'єктів економіки.

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

Зміст. Необхідність і суть макроекономічного регулювання. Предмет і завдання дисципліни. Основи методології державного регулювання економіки. Макроекономічне прогнозування і планування економіки. Фінансово-кредитне регулювання економіки. Особливості національних систем управління економікою. Державне регулювання підприємництва. Державне регулювання процесу структурної перебудови економіки та інвестиційної діяльності. Державне регулювання та стимулювання науково-технічного прогресу й інноваційних процесів. Державне регулювання розвитку окремих сфер господарської діяльності. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Державне регулювання соціальних процесів. Державне регулювання розвитку регіонів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Антикризове управління національною економікою : монографія / [І. Малий, І. Радіонова, Л. Ємельяненко та ін.] / за заг. ред. І. Малого. – К. : КНЕУ, 2017. – 368 с.
2. Бунік М.З. Основи аналізу державної політики: навч. посіб. / М.З. Бунік ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2015. – 125 с.
3. Державна політика: підручн. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; ред. кол.: Ю. В. Ковбасюк (голова), К. О. Ващенко (заст. голови), Ю. П. Сурмін (заст. голови) [та ін.]. – К.: НАДУ, 2014. – 448 с.
4. Ковтун О.І. Державне регулювання економіки: практикум / О.І. Ковтун. – К. : Патерик, 2014. – 340 с.
5. Мельник А.Ф. Державне та регіональне управління: навч. посібн. / А.Ф. Мельник, А.Ю. Васіна, О.П. Дудкіна. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014. – 452 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.5. Назва. ЗАРУБІЖНА ЛІТЕРАТУРА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тесленко Н.О., канд. філол. наук, доц. кафедри сучасних європейських мов.

Результати навчання. Засвоєння основних історичних особливостей розвитку світового літературного процесу; ознайомлення з особливостями, кращими надбаннями та духовними цінностями кожної з літературно-художніх епох – античністю, середніми віками, Відродженням, бароко і класицизмом, просвітництвом і романтизмом, літературою XIX й XX століть у всьому розмаїтті літературних жанрів та стилів; оволодіння прийомами елементарного літературно-критичного аналізу художнього твору.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Зарубіжна література» повної середньої освіти.

Зміст. Давньогрецька література. Римська література. Література епохи Середньовіччя. Література епохи Відродження. Західноєвропейська література. Зарубіжна література XIX століття. Зарубіжна література XX століття.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури XVII–XVIII ст. / Г.Й. Давиденко, М.О. Величко – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 292 с.
2. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури XIX – початку XX століття: навч. посібн. / Г.Й. Давиденко, О.М. Чайка. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 400 с.
3. Історія зарубіжної літератури XVIII століття/ Укл. І.В. Анікіна. – Умань: СПД. Жовтий, 2010. – 193 с.
4. Толмачёв В.М. Зарубежная литература конца XIX – нач. XX века : учебник / В.М. Толмачёв: – Киев : Академия, 2013. – 496 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова); семінарські, практичні заняття (презентація / дискусія / інше).

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. Назва. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ніколаєць К.М., проф., д-р істор. наук, проф. каф. економічної теорії та конкурентної політики; Поліванов В.Є., доц., канд. екон. наук, доц. каф. економічної теорії та конкурентної політики; Штундер І.О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. 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. Основи економічної теорії. Практикум. Навчальний посібник / С.М. Лисенко, Я.О. Ляшок. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – 268 с.
3. Тюхтенко Н.А. Макроекономіка: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. 2-ге вид., допов. та перероб/ Н.А.Тюхтенко, К.М. Синякова. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. – 352 с.

4. Соколов М. Економічна теорія: підручник / М. Соколов, М. Горлач, В. Гущенко, М. Кримов, М. Жилєнкова. – 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.

4.7. Назва. ІСТОРІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ніколаєць К.М., проф., д-р істор. наук, проф. каф. економічної теорії та конкурентної політики; Романенко В.А., проф., д-р екон. наук, проф. каф. економічної теорії та конкурентної політики; Хрустальова В.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. економічної теорії та конкурентної політики.

Результати навчання. Формування історико-економічного мислення, пізнання розвитку вітчизняної економіки та економіки зарубіжних країн, формування у студентів комплексного уявлення про закономірності еволюційного розвитку економіки різних цивілізацій та розуміння тенденцій історичної еволюції економічної думки.

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

Зміст. Господарський розвиток у первісну добу, добу Середньовіччя і зародження капіталістичних відносин. Промислова революція у розвинених країнах Західної Європи та США. Господарство України в період капіталізму. Розвиток народного господарства країн Західної Європи, США, Японії та України у міжвоєнний період та після Другої світової війни. Розвиток народного господарства України (до 1990 року). Сучасний етап реформування економіки в зарубіжних країнах. Економічна думка стародавнього світу та середньовіччя. Меркантилізм. Класична політична економія. Еволюція класичної політичної економії. Завершення класичної традиції. Історична школа та соціальний напрям у політичній економії. Маржиналізм. Становлення неокласичної традиції в

економічній теорії. Плюралізм сучасних доктрин економічної науки. Генезис та еволюція кейнсіанства. Розвиток неокласичних ідей в ХХ столітті. Неолібералізм. Інституціоналізм. Основні напрями та видатні представники вітчизняної економічної думки (XIX – початок ХХІ ст.).

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Історія економіки та економічної думки: навч. посіб. / Л.О. Чорна, Н.О. Андрущенко, К.М. Ніколаєць, В.В. Хрустальова; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Вінниц. торг.-екон. ін-т. – Вінниця: ВТЕІ КНТУУ, 2015. – 323 с.
2. Історія економіки та економічної думки: підручник / В.В. Козюк, Л.А. Родіонова, Ю.І. Гайда та ін.; за ред. Л.А. Родіонової, В.В. Козюка. – Тернопіль: ТНЕУ, 2015. – 792 с.
3. Історія економічних вчень: навч. посібн. / Н.А. Добрянська, С.В. Філіппова. – Одеса: Бондаренко М.А., 2018. – 92 с.
4. Несененко П. Історія економічних учень: навчальний посібник / П.П. Несененко, О.А. Артеменко. – Одеса: ОНЕУ: ФОП Гуляєва В.М., 2017. – 448 с.
5. Якобчук В.П. Історія економіки та економічної думки: навч. посіб. / В.П. Якобчук, Ю.В. Богоявленська, С.В. Тищенко. – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 476 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА І ФОЛЬКЛОР.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федорова Л.М., викл. каф. сучасних європейських мов.

Результати навчання. Виявлення закономірностей літературного процесу, динаміка й еволюція різних ідейно-художніх тенденцій, напрямів, стилів; ознайомлення з творчістю письменників, літературознавців, критиків кожного окремого періоду; сприяння всебічному розвитку, духовному збагаченню, активному становленню й самореалізації особистості в сучасному світі; формування і утвердження гуманістичного світогляду особистості, утвердження національних і загальнолюдських цінностей.

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

Зміст. Фольклор – духовний скарб народу. Періодизація української літератури. Давня українська література. Література Київської Русі. Українська література II половини XIII – XVIII ст. (пізні Середньовіччя, Відродження, Бароко). Нова українська література. Літературний процес перших десятиліть XIX ст. Українська література 40-60 років XIX століття. Розвиток романтизму і формування реалізму. Українська література 70-90 років XIX століття. Літературний процес кінця XIX – початку XX ст. Відродження української літератури у 20-х роках XX ст. Літературний процес 30-х років XX ст. Українська література періоду Другої світової війни і післявоєнного десятиліття. Розвиток української літератури 60-80 років XX століття. Український поетичний авангард кінця XX ст. Пошуки новітньої української поезії. Сучасна української проза. Розвиток сучасної драматургії і театру.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Білоус П.В. Українська література XI – XVIII ст. : навч. посібник. 2-ге видання, стереотипне/ П.В. Білоус. – К. : Академія, 2012. – 376 с.
2. Ковалів Ю.І. Історія української літератури кінець XIX – поч. XX ст. : у 3-х томах. Том 3/ Ю.І. Ковалів. – К. : Академія, 2014. – 472 с.
3. Кузьменко В.І. Історія української літератури. XX – поч. XXI ст. У трьох томах. 1 том / В.І. Кузьменко. – К. : «Академвидав», 2013. –592 с.
4. Кузьменко В.І. Історія української літератури. XX – поч. XXI ст. У трьох томах. 2 том / В.І. Кузьменко. – К. : «Академвидав», 2014. –536 с.
5. Кузьменко В.І. Історія української літератури. XX – поч. XXI ст. У трьох томах. 3 том / В.І. Кузьменко. – К. : «Академвидав», 2017. –544 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, літературний диктант, перевірка індивідуальних творчих завдань, презентацій).
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020, 2020/2021.

Семестр. I–IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гамов В.Г., зав. каф. фізичної культури; Биковська Л.Б., канд. пед. наук, доц. каф. фізичної культури; Короп М.Ю. канд. пед. наук, доц. каф. фізичної культури; Самоленко Т.В., канд. наук фіз. вих. і спорту, доц. каф. фізичної культури; Бойко О.Г., доц. каф. фізичної культури; Чайченко Н.Л., доц. каф. фізичної культури.

Результати навчання. 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.

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

Зміст. Історія організації фізичної культури. Наукове обґрунтування фізичного виховання та спортивного тренування. Основи професійноприкладної фізичної підготовки. Основи здорового способу життя студентів. Організація лікарського контролю та самоконтролю в процесі фізичного виховання. Гігієнічні основи фізичної культури та спорту. Гімнастика. Атлетична гімнастика. Баскетбол. Волейбол. Легка атлетика. Плавання. Рукопашний бій. Спеціальне медичне 50 відділення. Настільний теніс. Бадмінтон. Дзюдо. Футбол. Аеробіка. Пауерліфтинг.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Довгань Н.Ю. Фізичне самовдосконалення студентів : навч. посіб. / Н.Ю. Довгань, Л.Б. Биковська, Н.Л. Чайченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 372 с.
2. Довгань Н.Ю. Рухливі ігри : навч. посіб. / Н.Ю. Довгань, К.О. М'ясоєденков, М.Ю. Короп. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 156 с.
3. Худолій О.М. Загальні основи теорії і методики фізичного виховання: навч. посіб.–2-е вид., випр./ О.М. Худолій.– Харків: «ОВС», 2008. – 406 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / лекція-консультація); семінарські / практичні заняття (тренінг / тренажерні завдання / робота у групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тести і нормативи оцінки рівня фізичної підготовленості, оцінки спортивно-технічної підготовленості в обраній системі фізичних вправ);
- підсумковий контроль (залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. ОФІСНІ КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Іванова О.М. канд. екон. наук, доц. каф. кібернетики та системного аналізу.

Результати навчання. Вивчення і опанування функціональних можливостей програмних продуктів MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access, Trados; вивчення можливостей і переваг застосування програм пам'яті перекладу. Виконання ефективного пошуку інформації на основі набутих знань про структуру та призначення апаратного і програмного забезпечення ПК; освоєння нових інформаційних технологій та програмних засобів обробки інформації. Використання сучасних інформаційних технологій для вирішення фахових завдань.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформатика».

Зміст. Інформаційна система. Текстовий редактор MS WORD. Електронні презентації MS Power Point. Табличний процесор MS Excel. Редактор ділових паперів MS Publisher. Системи управління базами даних (СУБД) MS Access. Комп'ютерні мережі. Програми пам'яті перекладу. Інформаційна безпека.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Болотіна І.М. Брендинг: особливості використання інтернет-технологій та інформаційних систем підприємства / І.М. Болотіна, О.В. Шаповал, К.Г. Савкова // Формування ринкових відносин в Україні. – Київ, 2017. – № 1. – С. 72-75.
2. Грановський А.В. Вплив Інтернет на розвиток сучасних міжнародних економічних відносин / А.В. Грановський // Інвестиції: практика та досвід. – Київ, 2014. – № 13. – С. 119-124.
3. Інформатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / авт. кол.: В.А. Баженов, П.П. Лізунов, А.С. Резніков та ін. – 4-те вид. – Київ : Каравела, 2012. – 495 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних і інформаційних технологій: лекції (тематична, проблемна); практичні заняття (завдання із використанням комп'ютерних технологій, робота в малих групах, кейси).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне та письмове опитування, практичні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва. ПРАВОЗНАВСТВО.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Петлюк Ю.С., канд. юр. наук., доц. каф. 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. посіб./ за ред. Ю.І. Крегула.– К. : КНТЕУ, 2019. – 528 с.
2. Кунченко-Харченко В.І. Правознавство : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В.І. Кунченко-Харченко, В.Г. Печерський, Ю.Ю. Трубін. – Київ : Кондор, 2011. – 474 с.
3. Залипецький М.Т. Правознавство/ М.Т. Залипецький, В.Т. Машика. – Ужгород: Т.: Ліра, 2013. – 116 с.
4. 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 контроль (опитування, письмові роботи, ситуаційні завдання);
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. Назва. УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ).

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, науковий ступінь, посада. Тесленко Н. О., канд. філол. наук, доц. каф. 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. Державна мова – мова професійного спілкування. Норми літературної мови. Основи культури української мови. Граматичні категорії іменника у професійному мовленні. Лексико-граматичні категорії прикметника у професійному мовленні. Числівник у професійному мовленні. Особливості запису цифрової інформації. Займенник та дієслово у професійному мовленні. Особливості вживання прислівників, сполучників і прийменників у текстах ділових паперів. Синтаксичні та пунктуаційні норми ділового спілкування. Спілкування як інструмент професійної діяльності. Тактики спілкування: пошуки консенсусу. Техніка мовленнєвої комунікації. Культура спілкування. Елементи художності та літературні прийоми комунікації. Невербальні засоби спілкування. Публічний виступ – важливий засіб комунікації. Презентація як різновид публічного мовлення. Культура усного фахового спілкування. Сучасні ділові папери професійної сфери. Документація з кадрово-контракткових питань. Довідково-інформаційні документи. Обліково-фінансові документи. Ділова кореспонденція. Етикет службового листування. Наукова комунікація як складова фахової діяльності. Українська термінологія у професійному спілкуванні. Проблеми перекладу і редагування наукових текстів.

Стилістика, основні завдання стилістики. Сильова диференціація сучасної української літературної мови. Стилістичне розшарування української лексики. Стилістичне використання багатозначності, омонімії, паронімії, синонімії та антонімії, лексики іншомовного походження, термінів, неологізмів та застарілої лексики. Стилістичне використання фразеології. Експресивно-емоційна роль фразеологізмів у ЗМІ. Мовно-

виразові засоби стилістики (епітети, порівняння, метафори тощо). Морфологічні засоби стилістики. Стилiстичні можливості синтаксису.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гопанчук І.Г. Українська мова у діловому спілкуванні: навч. посібн. для вищ. навч. закл./ І.Г. Гопанчук, С.Ю. Шашенко. – К. : КНТЕУ, 2017. – 170 с.
2. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування: навч. посіб. / З. Мацюк, М. Станкевич. – К. : Каравела, 2014. – 352 с.
3. Погиба Л.Г. Українська мова фахового спрямування: підручн. / Л.Г. Погиба, Т.О. Гребіниченко, Л.М. Голіченко. – Київ: Кондор, 2014. – 352 с.
4. Пономарів О.Д. Стилiстика сучасної української мови: підручник/ О.Д. Пономарів. – Тернопіль: навчальна книга Богдан, 2010. – 248 с.
5. Шашенко С.Ю. Стилiстика української мови. Практикум: навч. посіб./ С.Ю. Шашенко. – К. : КНТЕУ, 2013. – 82 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, підсумкова контрольна робота, перевірка самостійної роботи, індивідуальних творчих завдань, презентацій, публічних виступів).
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.13. Назва. ІСТОРІЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мельніченко О.І., канд. психол. наук, старш. викл. каф. журналістики та реклами.

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації».

Зміст. Періодизація історії реклами та зв'язків з громадськістю. Світова реклама та зв'язки з громадськістю у Стародавньому світі, Середньовіччі, Новому часі. Історія вітчизняної реклами та зв'язків з громадськістю до 1917р., за радянських часів. Реклама та зв'язки з громадськістю незалежної

України. Основні тенденції розвитку світової та української реклами та зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ромат Е. Реклама : теория и практика : стандарт третього покоління / Е. Ромат, Д. Сендеров. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2013. – 512 с. – (Учебник для вузов).
2. Удріс Н. Рекламна комунікація : навч. посіб. / Н. Удріс. – Київ : Спринт-Сервіс, 2014. – 127 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. ун-т, 2016. – 384 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.14. Назва. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. істор. наук, доц. каф. 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. Вступ. 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: навч. посіб. / 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. TERRA UCRAINICA. Історичний атлас України і сусідніх земель. Від кімерійців до сьогодні / Д. Вортман, Я. Гордієнко, М. Майоров – Х., 2018. – 346 с.
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 контроль (комп'ютерне тестування, опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. 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, доц. каф. 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. «Історія України», «Мистецтво».

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: навч. посіб. / 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 контроль (усне опитування, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.16. 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, доц. каф. 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. «Історія України», «Історія української культури», «Світова культура».

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 : словник культурологічних термінів: навч. посіб. 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: 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 контроль (опитування, колоквіуми, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.17. Назва. СВІТОВА КУЛЬТУРА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2019/2020.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кравченко А.А., проф., д-р філософ. наук, проф. каф. 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. «Історія української культури», «Мистецтво».

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. Культурологія : теорія та історія культури : навч. посіб. / за ред. І.І. Тюрменко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 170 с.
2. Латигіна Н.А. Іслам: шлях крізь століття : монографія / Н.А. Латигіна.– Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 360 с.
3. Шейко В.М. Історія української культури : навч. посіб. / В.М. Шейко, В.Я. Білоцерківський. – 2-ге вид. – К. : Знання, 2010.– 271 с.
4. 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 контроль (опитування, колоквіуми, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.18. Назва. ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гвоздєв В.М., доц., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності, функцій і принципів журналістики як масової інформаційної та творчої діяльності, її етичних і правових засад; прищеплення навичок щодо написання журналістських творів різних жанрів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації».

Зміст. Поняття журналістики. Журналістика як галузь масової інформаційної діяльності. Історія журналістики. Функції журналістики. Принципи журналістики. Свобода ЗМІ та журналістської діяльності. Журналістика як система ЗМІ. Правові засади журналістської діяльності. Професійні стандарти та морально-етичні норми журналістики. Система методів журналістської діяльності. Робота з джерелами інформації. Робота над журналістським твором. Факти та аргументація в журналістиці. Система жанрів журналістики. Виробництво новин. Організація роботи і структура редакції ЗМІ. Ефективність і дієвість журналістики.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Жадько В.О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. / В.О. Жадько. – К. : Знання, 2012. – 271 с.

2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник/ В.Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2008. – 276 с.
3. Михайлин І.Л. Основи журналістики : підручник / І.Л. Михайлин.–5-те вид., переробл. та доп. – К. : ЦУЛ, 2011. – 496 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття.

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.19. Назва. МАРКЕТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

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 теорія», «Психологія», «Правознавство», «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. 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 дайджесту, звіту, презентації; задачі, ситуаційні завдання, творчі олімпіади тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.20. Назва. ЕТИКА БІЗНЕСУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

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

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

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

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: навч. посібн. / 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: навч. посібн. / С.Г. Радченко. – К. : КНЕУ, 2009. – 192 с.
 5. Седова Л.Н. Этика бизнеса : учеб. пособ. Ч. 1 / Л.Н. Седова, А.А. Малукина. – 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.

4.21. 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. каф. 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. Алфьоров С.М. Логіка для юристів: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С.М. Алфьоров. – Київ : КНТ : Дакор, 2011. – 131 с.
2. Хоменко І.В. Логіка: теорія та практика : Підручник для студ. вищ. навч. закл. / І.В. Хоменко.–Київ : Центр учбової літератури, 2010.–398 с.
3. Кулагін Ю.І. 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 контроль (проекти, опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.22. Назва. МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Безус А. М., доц., канд. техн. наук, доц. каф. менеджменту, Беляєва Н.С., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту, Сичова Н. В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту, Хмурова В.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. 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. «Психологія», «Соціологія».

Зміст. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Розвиток сучасних теорій менеджменту. Сутність, роль та місце теорії організації в системі наукових знань. 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. Теорії мотивації в менеджменті. Контролювання як загальна функція менеджменту. Регулювання як загальна функція менеджменту. Методи менеджменту як інструментарій реалізації функцій менеджменту. Управлінські рішення в менеджменті. Інформація та комунікації в менеджменті. Поняття керівництва та влади в менеджменті. Поняття, концепції та моделі лідерства в менеджменті. Організація праці менеджера. Ділове спілкування в менеджменті: сутність, значення та різновиди. Конфлікти у діяльності менеджера: сутність і види. Відповідальність та етика в менеджменті. Культура організації та менеджменту. Результативність та ефективність менеджменту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посібн. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.

2. Основи менеджменту : підручник / за ред. А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. – Харків : Фоліо, 2014. – 846 с.
3. Менеджмент : підручник / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко. – 2-ге вид. – К. : Кондор, 2012. – 758 с.
4. Management / Stephen P. Robbins, Mary Coulter. – 11th ed. – Pearson Education, Inc., 2012. – 784 p.
5. Daft R. Management / Richard L. Daft; 12th ed. – Gengage Learning, 2015. – 767 p.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.23. Назва. ПОЛІТОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Латигіна Н.А., проф., д-р політ. наук, зав. каф. 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», «Історія сучасного світу».

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. Горlach, В. Г. Кремень. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 840с.
3. Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія: підручник для студ. вищ. навч. закл. / П.П. Шляхтун. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 471 с.
4. Латигіна Н.А. «Демократія: реалії versus утопії»: монографія/ Н.А. Латигіна. – К. : 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 контроль (комп'ютерне тестування, опитування, письмові контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.24. Назва. ПСИХОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

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

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студент має знати 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.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Біологія» 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. Основи психології: опорні конспекти, схеми, методики/ М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, В.М. Марченко. – К. : Ніка-Центр, 2018. – 320 с.
2. Корольчук М.С. Практична психологія: навч. посіб. для студентів ВНЗ/ М.С. Корольчук, В.М. Корольчук, С.М. Миронець та ін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 728 с.
3. Корольчук М.С. 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.
4. Дуткевич Т.В. Загальна психологія. Теоретичний курс: навч. посіб. / Т.В. Дуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 388 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.25. 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. каф. 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», «Історія сучасного світу».

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. / Т. 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-те, випр. – Львів : Новий Світ, 2008. – 291 с.
5. Лукашевич М.П. Соціологія. Заг. курс: підручник/ М.П. Лукашевич, М. В. Туленков. – К. : Каравела, 2014. – 324 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.

4.26. Назва. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Миколайчук І.П., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту, Сичова Н.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту, Беляєва Н.С., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо формування та реалізації кадрової політики в сучасних організаціях, раціонального відбору працівників на посади та формування дієздатного трудового колективу, оцінювання потенціалу розвитку працівників, а також цілеспрямованого використання їхнього потенціалу.

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

Зміст. Методологічні основи управління персоналом. Управління персоналом як соціальна система. Структура та функції підрозділів з управління персоналом. Кадрова політика організації та стратегія управління персоналом організації. Кадрове планування в організаціях. Організація набору та відбору кадрів. Адаптація персоналу та її види. Формування колективу організації. Згуртованість та соціальний розвиток колективу. Оцінювання персоналу в організації. Управління розвитком і рухом персоналу організації. Управління процесами вивільнення персоналу. Соціальне партнерство в організації. Ефективність управління персоналом.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Жуковська В.М. Управління персоналом : електронний підручник / В.М. Жуковська, І.П. Миколайчук. – Київ : КНТЕУ. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM), 2015.
2. Рульєв В.А. Управління персоналом : навч. посіб. / В.А. Рульєв, С.О. Буткевич, Т.Л. Мостенська. – К. : Кондор, 2013. – 310 с.
3. Управління персоналом : підручник. Вид. 2-е, зі змінами / [В.М. Данюк, А.М. Колот, Г.С. Суков та ін.]; за заг. та наук. ред. В.М. Данюка. – К.; Краматорськ : КНЕУ : НКМЗ, 2014. – 665 с.
4. Lussier Robert N. Human Resources Management : Functions, Applications, & Skill Development / Robert N. Lussier, John R. Hendon ; 2nd ed. – Sage Publications, Inc., 2016. – 681 p.
5. Human Resources Management [Robert L.Mathis, John H.Jackson, Sean R. Valentine, Patricia A.Meglich ; 15th ed.]. – Gengage Learning, 2017. – 705 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, рольові та ділові ігри, практичні та ситуаційні вправи, виїзні заняття, аналітично-розрахункові та творчі задачі, модерація, тренінги).

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.

4.27. Назва. БЕЗПЕКА ЖИТТЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гахович С.В., с.н.с., канд. техн. наук, доц. каф. 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. «Філософія», «Соціологія», «Психологія», «Менеджмент», «Правознавство».

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. Безпека життєдіяльності: підручник / Є.П. Желібо, В.В. Зацарний. – К. : Каравела, 2012. – 344 с.
2. Запорожець О.І. Безпека життєдіяльності. 2-е видання: підручник затверджений МОН України. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 448 с.
3. 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.
4. Основи охорони праці: підручник / М.П. Гандзюк, Є.П. Желібо, М.О. Халімовський. – К.: Каравела, 2012. – 384 с.
5. Ткачук К.Н. Основи охорони праці: підручник. 3-е видання, доповнене та перероблене / К.Н. Ткачук, М. О. Халімовський, В.В. Зацарний ті ін. – К. : Основа, 2011. – 448 с.

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

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тести, опитування, звіт, вирішення практичних задач та ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання та викладання. Українська.

4.28. Назва. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гейдор А.П., 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».

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 72 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. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник / І.М. Бойчик. – К. : Кондор Видавництво, 2016. – 378 с.
2. Економіка підприємства : опорний 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 / З.В. Герасимчук, С.В. Науменко, В.І. Ткачик, І.М. Вахович, Л.Л. Ковальська, І.В. Кривов'язюк, І.М. Камінська, Н.В. Хвищун. – 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. / Б.Г. Шелегеда, А.Я.Берсуцький, Н.В. Касьянова, Л.В. Кравцова, Д.В. Солоха 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 / презентації / аналітичного огляду/ завдання / розрахунково-аналітичного проекту / ситуаційного завдання розробленого за матеріалами реального підприємства та ін.);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.29. Назва. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бучацька І.О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. 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. – 380 с.
2. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М. : Финпрес, 2000. – 256 с.
3. Маркетинг : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць. – 3-є укр. вид. – К. : Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008.– 648 с.
4. Ромат Е.В. Реклама в системі маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608 с.

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 (курсова робота, екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.30. Назва. ІНЖЕНЕРНА ТА КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мазур Л.М., канд. арх., доц. каф. 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. «Офісні комп'ютерні технології».

Зміст. Нарисна геометрія і проєкційне 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/ Т.В. Савченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 132 с.
2. Колесниченко Н.М. Інженерна та комп'ютерна графіка: навч. посіб. / Н.М. Колесниченко, Н.Н. Черняєва.– П. : Інфра-Інженерія, 2016.–236 с.
3. Савченко Т.В. Інженерна графіка: методичні рекомендації до лабораторних занять/ Т.В. Савченко, С.В. Гахович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 119 с.
4. Савченко Т.В. Інженерна графіка. Збірник тестових завдань/ Т.В. Савченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 32 с.
5. 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.

Методи навчання: Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні); лабораторні заняття.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.31. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

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

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок щодо методики, технології та організації інформаційної політики держави, проблем протидії інформаційним загрозам.

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кіслов Д.В. Інформаційні війни: монографія / Д.В. Кіслов. – Київ: КНТЕУ, 2013. – 299 с.
2. Почепцов Г.Г. Сучасні інформаційні війни. / Г.Г. Почепцов. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 498 с.
3. 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. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (презентація / метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

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

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.32. Назва. ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юник І.Д., канд. пед. наук., доц. каф. 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», «Психологія реклами».

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. Психологія управління в бізнесі / Е.Ф. Іпатов, К.М. Левківський, В.В. Павловський. - Х.; К.: НМЦВО, 2012. – 320 с.
2. Цимбалюк І.М. Психологія торгівлі: навч. посіб. / І.М. Цимбалюк. – 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.

4.33. Назва. КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Алданькова Г.В., канд. екон. наук, доц. 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. «Офісні комп'ютерні технології», «Маркетингові комунікації», «Реклама».

Зміст. Генерування ідеї рекламного звернення та шляхи її втілення за допомогою комп'ютерних технологій. Сутність та роль комп'ютерної графіки як інструменту 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. Алданькова Г.В. Інформаційні технології в рекламі: опорний конспект лекцій/ Г.В. Алданькова.–Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018.– 90 с.
4. 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); застосування елементів дистанційного навчання, експедиції в музеї та виставки, участь у конкурсах та фестивалях реклами.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.34. Назва. РЕКЛАМА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лісун Я.В., доц., канд. екон. 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. «Журналістика», «Масові комунікації», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках з громадськістю».

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.

4.35. Назва. ТЕОРІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., доц., д-р екон. наук, зав. каф. 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, організувати зв'язки із засобами масової інформації та різними колами громадськості, розробляти моделі поведінки підприємства та персоналу в можливих кризових ситуаціях, розраховувати ефективність проведення всіх заходів щодо зв'язків з громадськістю підприємства.

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

Зміст. Зв'язки із 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 лекцій / 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. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 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.

4.36. Назва. ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кияниця Є. О., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики і реклами.

Результати навчання. Формування у студентів знань особливостей галузевої журналістики та умінь застосовувати різноманітні інструменти створення журналістських матеріалів для різних сфер суспільного життя.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Масові комунікації», «Журналістська творчість», «Копірайтинг».

Зміст. Етичні норми та стандарти в журналістиці. Геополітика в журналістських матеріалах різних країн світу. Міжнародна журналістика, її місце у формуванні іміджу країн у світової спільноти. Економічна журналістика та її вплив на суспільні процеси розвитку країни. Роль мистецької журналістики у формуванні державотворчих засад для різних кіл громадськості. Журналістика сфери дозвілля. Спортивна журналістика та можливості її впливу на оздоровлення нації. Військова журналістика. Можливості проведення інформаційних спец-операцій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Антонов-Овсеєнко А. Журналістика ХХІ века. Новіє СМІ и свобода слова / А. Антонов-Овсеєнко. – Харків : Фолио, 2016. – 227 с.
2. Іванов В. Журналістська етика: посібник для підготовки до державного іспиту / В. Іванов, Є. Маслов, В. Павлів, С. Рачинський, Ю. Фінклер, С. Штурхецький // За ред. В.П. Мостового та В.В. Різуна. – Київ, ТЗОВ «ЗН УА», 2014. – 224 с.
3. Носова Б. Міжнародна журналістика: сучасна зарубіжна публіцистика: навч. посіб. / Б.М. Носова. – К. : ВПЦ «Київський університет». – 2016.

– 128 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 та групові завдання).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.37. Назва. КРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

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

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія / Т.В. Дубовик. – Київ : КНТЕУ, 2014. – 331 с. (екз. 7 в бібліотеці КНТЕУ).
2. Ромат Є.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик. – Київ : КНТЕУ, 2016. – 283 с. (екз. 9 в бібліотеці КНТЕУ).
3. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник / О.М. Холод. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 212 с.
4. Удріс Н. Рекламна комунікація : навч. посіб. / Н. Удріс. – Київ : Спринт-Сервіс, 2014. – 127 с. (екз. 1 в бібліотеці КНТЕУ).

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); практичні заняття

(дискусія / імітація, моделювання ситуацій, «мозкова атака», тренажерні завдання).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.38. Назва. ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

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

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. Психологія реклами : учебник [для студ. вузов] / П.С. Гуревич. – К. : ЮНІТИ-ДАНА, 2017. – 271 с.
2. Краско Т.И. Психологія реклами / 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 системі 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. – 384 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 (тре-

нінги, 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.

4.39. Назва. СОЦІАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ліпін М.В., доц., канд. філос. наук, доц. каф. 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», «Управління персоналом».

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. – Харьков : 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.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.40. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Андрієвська Л.В., канд. тех. наук, доц. каф. товарознавства та митної справи.

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

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

Зміст. Основні категорії товарознавства. Принципи класифікації продовольчих та непродовольчих товарів. Закономірності формування споживних властивостей продовольчих та непродовольчих товарів. Асортимент продовольчих та непродовольчих товарів. Вимоги до якості та методи оцінювання якості продовольчих та непродовольчих товарів.

Умови зберігання і транспортування різних груп товарів. Чинники, що впливають на збереження якості товарів під час їх зберігання, транспортування та реалізації.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Класифікація непродовольчих товарів: монографія/за ред. А.А.Мазаракі; Н.В. Мережко, Л.А. Коптюх та ін. – Київ : КНТЕУ, 2007. – 505 с. – (Сер. «Товарознавство»).
2. Притульська Н.В. Продовольчі товари (лабораторний практикум) : навч. посіб. / Н.В. Притульська, Г.Б. Рудавська, В.А. Колтунов. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2007. – 505 с. – (Сер. «Товарознавство»).
3. Зрезарцев М.П. Товарознавство непродовольчих товарів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / М.П. Зрезарцев, В.М. Зрезарцев, В.П. Параніч. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.
4. Радченко Л.О. Товарознавство непродовольчих товарів: навч. посіб./ Л.О. Радченко. – Х. : Світ Книг, 2013. – 943 с.
5. Товарознавство. Господарські вироби. Парфумерно-косметичні товари: опорний конспект лекцій / Т.М. Коломієць, О.І. Сім'ячко, С.С. Стретович. – Київ: КНТЕУ, 2016. – 242 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні); лабораторні заняття (товарознавча характеристика різних груп товарів, лабораторні дослідження показників якості товарів, структури та властивостей матеріалів); самостійна робота студентів.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування, усне, письмове опитування, перевірка підготовлених індивідуальних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.41. Назва. ДИЗАЙН У РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Алданькова Г.В., канд. екон. наук, доц. 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 сучасного підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі».

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. 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. Дизайн в рекламі: опорний конспект лекцій/ Г.В. Алданькова. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018.– 90 с.
2. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: лабораторний практикум : навч. посіб.– Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 262 с.
3. 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.
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. – 384 с.

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), застосування дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.42. Назва. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕКЛАМНОГО ТА PR-АГЕНТСТВА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

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

Результати навчання. Формування теоретичних знань і практичних навичок щодо організації роботи рекламних та PR-агентств, оволодіння методичним інструментарієм розробки внутрішніх документів, що регламентують роботу агентств, та оцінки ефективності їх діяльності. Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти самостійно

розробляти концепцію нового агентства; підбирати прийнятні організаційні структури управління для нових агентств; формувати асортимент рекламних продуктів для агентств різного типу; обирати шляхи просування цих продуктів на ринок; використовуючи прийнятні методи ціноутворення, визначати ціну на рекламні продукти; застосовувати існуючі способи пошуку клієнтів рекламних та PR-агентств; керувати стосунками з клієнтами, брати участь в рекламних та PR-тендерах.

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

Зміст. Сутність, роль та завдання рекламного бізнесу у сучасній економіці. Рекламні та PR-агентства як суб'єкти рекламного бізнесу. Класифікація підприємств рекламної галузі за різними ознаками. Зовнішнє середовище підприємств рекламної галузі. Об'єкти та суб'єкти рекламної діяльності. Характеристика суб'єктів рекламної діяльності. Організаційні структури управління різноманітних підприємств рекламної галузі. Процес розробки концепції нового підприємства рекламної галузі. Підготовка внутрішніх документів, які регламентують діяльність агентства. Формування асортименту рекламних продуктів для агентств різного типу. Ціноутворення на рекламні продукти. Управління стосунками підприємств рекламної галузі з рекламодавцями. Участь в рекламних та PR-тендерах. Маркетингові комунікації підприємств рекламної галузі.

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. Мельникович О.М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О.М. Мельникович. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 358 с.
3. Маркетинг : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць. – 3-є укр. вид. – Київ : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008.–648 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 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 (курсова робота, екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.43. Назва. ОСНОВИ РЕДАГУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

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

Результати навчання. Формування теоретичних і практичних знань з основ редагування, необхідних для фахової підготовки до друку різних видів видань.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістика», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Масові комунікації».

Зміст. Сутність і зміст редагування. Редакційно-видавничий процес. Етапи редагування та їх особливості. Редакторський аналіз. Змістова культура видання. Коректурні знаки. Техніки коректури. Редакторська підготовка складових тексту: заголовки, цитати. Редакторська підготовка бібліографії видання. Редагування навчальних, художніх, інформаційних, газетно-журнальних, рекламних, довідкових, наукових, науково-популярних, навчальних видань. Редакторська підготовка перевидань та перекладних видань.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Партико З.В. Основи редагування : підручник / З.В. Партико. – Вид. 2-ге, переробл. і доповн. – Львів : Вид-во Львів. Політехніки, 2017.– 332 с.
2. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця / М. Тимошик. – 3-тє вид., виправл. – Київ : Наша культура і наука, 2010. – 560 с. – (Сер. «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
3. Тимошик М. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практ. посіб. / М. Тимошик. – Київ : Наша наука і культура, 2012. – 383 с. – (Сер. «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
4. Шевченко В.Е. Художньо-технічне редагування : підручник / В. Шевченко. – К. : Видавець Паливода А.В., 2010. – 516 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (презентація, моделювання ситуацій, тести).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації / ситуаційних/творчих завдань);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.44. Назва. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина І.Л., доц., канд. психол. наук, доц. каф. 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. Блэкуэлл Д. Поведение потребителей. 10-е изд. / Д.У. Блэкуэлл, Дж. Ф. Энджел, П.У. Миниард. – СПб. : Питер, 2010. – 943 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.

4.45. Назва. РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. VI.

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

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок реалізації технології розробки, виробництва та розміщення реклами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі».

Зміст. Засоби медіареклами та їх основні характеристики. Технологія виготовлення друкованої, банерної реклами. Засоби створення і розміщення реклами в соціальних мережах, месенжерах, електронних поштових розсилках. Landing page. Chat-bot. Аналітика та оцінка ефективності реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Воронюк А. Актуальный интернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через интернет / А. Воронюк, А. Полищук. – К. : Агентство ІРІО, 2018. – 160 с. : ил.
2. Джанарсанам С. Разработка чат-ботов и разговорных интерфейсов / С. Джанарсанам. – М. : ДМК-Пресс, 2018. – 340 с.
3. 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>.
4. 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 (розробка проектів в комп'ютерному класі кафедри з використанням сучасної комп'ютерної техніки і периферії та новітнього програмного забезпечення).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.46. Назва. КОПРАЙТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

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», «Теорія зв'язків із громадськістю», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Основи реклами», «Журналістика», «Масові комунікації».

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.

4.47. Назва. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В РЕКЛАМІ ТА ЗВ'ЯЗКАХ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

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

Результати навчання. Формування у студентів системи знань, компетентності та набуття практичних навичок щодо визначення маркетингової проблеми та розроблення цілей дослідження; створення робочого плану маркетингового дослідження; організація та проведення маркетингових експериментів та спостережень; організація збору вторинної інформації з маркетингових проблем в сфері реклами та зв'язків з громадськістю; розроблення документації для проведення маркетингового дослідження; проведення різних методів опитування; здійснення аналізу результатів маркетингових досліджень за допомогою прикладних програм; опанування методології та методів маркетингових досліджень, придатних для вирішення завдань інноваційного характеру в сфері реклами та зв'язків з громадськістю; оцінювання маркетингової інформації для прийняття рішень у сфері реклами та зв'язків з громадськістю; вміння використовувати стандартні вимоги до оформлення та презентації результатів маркетингових досліджень.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг».

Зміст. Система маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень. Інформаційне забезпечення маркетингового дослідження. Методи збирання первинної маркетингової інформації. Організація процесу збирання первинної інформації. Якісні методи маркетингових досліджень. Аналіз маркетингових даних та інтерпретація результатів маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження в сфері реклами. Маркетингові дослідження в сфері зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.
2. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: підручник/А.О. Старостіна.– К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. – 480 с.
3. Лилик І.В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуації. Практикум: навч. посіб. / І.В. Лилик, О.В. Кудирко. – К. : КНЕУ, 2010. – 313 с.
4. Піар, маркетинг, реклама [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://i-piar.net.ua/>

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 / «мозкова атака» / метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленого звіту / презентації / ситуаційних завдань тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.48. Назва. МЕДІАПЛАНУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Юсупова О. В., канд. екон. наук, старш. викл. 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 навчання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: 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.

4.49. Назва. ДИПЛОМАТИЧНИЙ ТА ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ЕТИКЕТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Красільнікова О.В. проф., канд. істор. наук, доц. каф. 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: «Кризові комунікації», «Іміджологія».

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. 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 контроль (проекти, опитування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.50. Назва. ІМІДЖОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

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

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

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

Зміст. Іміджологія: предмет навчальної дисципліни. Соціально-психологічні засади іміджу. Іміджмейкерство. Мистецтво створення іміджу особистості. Зовнішній (габітарний) імідж. Ефективний діловий імідж. Імідж-технології у світських та ділових заходах. Корпоративний імідж.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Академия имиджологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.academim.org/>
2. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії [Текст] : монографія / І.С. Бондаренко. – Держ. ВНЗ «Запоріж. нац. ун-т» М-ва освіти і науки України. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 302 с.
3. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навч. посіб. / В. Бугрим. – Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ : Київський університет, 2013. – 255 с.

4. Ковалів Ж.В. Іміджологія сучасного освітнього менеджера / Ж.В. Ковалів. – Одеса: Видавець СВД М.П. Черкасов, 2008. – 104 с.
5. Шепель В.М. Имиджология. Как нравиться людям / В.М. Шепель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/shep/index.php

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Проблемні лекції, семінарські, практичні заняття з використанням інформаційних технологій та активних методів навчання.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, творчі завдання, тести);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.51. Назва. ІНФОГРАФІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Брюханова Г.В., канд. пед. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування знань з основних положень теорії і практики створення інфографіки.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі».

Зміст. Інфографіка (інформаційний дизайн). Види інфографіки. Порядок створення інфографіки. Правила і прийоми ефективної розробки інфографіки. Психологія сприйняття. Візуальна комунікація: слова, цифри, образи. Аналіз інформації. Організація даних. Інструменти візуалізації даних. Композиція в інфографіці. Колір як засіб виділення. Колірна навігація в інфографіці. Типографіка і інформаційній графіці. Робота зі шрифтами. Засоби впливу в інфографіці. Закони сприйняття інформації. Феномен кліпової свідомості. Сучасна шрифтова культура. Використання загальноприйнятої візуальної мови. Аналіз символів та їхній вплив на аудиторію. Етапи створення інформаційної графіки. Формулювання мети інфографіки. Збирання даних за темою. Аналітика та обробка інформації. Систематизація, групування символів, візуалізація інтерактивних потоків. Композиційні рішення та вибір кольорової схеми зображення. Технології та прийоми в інфографіці. Динамічна інфографіка. Програмне забезпечення для створення інфографіки. Робота з векторними ілюстраціями і тривимірними об'єктами. Створення власного портфоліо та резюме.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: навч. посібник (лабораторний практикум) / Г.В. Алданькова. – К. : КНТЕУ, 2018. – 256 с.
2. Куленко М.Я. Основи графічного дизайну : підручник / М.Я. Куленко.– К. : Кондор, 2014. – 544 с.
3. Лесняк В.И. Графический дизайн (основы профессии) / В.И. Лесняк. – К. : Биос Дизайн Букс, 2009. – 416 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Проблемні лекції, практичні заняття з використанням інформаційних технологій та активних методів навчання.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, творчі завдання, тести);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.52. Назва. МАКЕТУВАННЯ В РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Брюханова Г.В., канд. пед. наук, доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності створення макетів реклами й формування вмінь та навичок реалізації авторської ідеї засобами настільних видавничих систем за допомогою сучасного апаратного та графічного забезпечення.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетингові комунікації», «Реклама», «Комп'ютерна графіка в рекламі», «Дизайн в рекламі», «Рекламний креатив».

Зміст. Макетування у рекламі як елемент проектно-художньої діяльності: технології створення, історія розвитку, сучасні тенденції макетування у рекламі. Прийоми побудови макета рекламного видання: ескізування, вибір формату, поля, модульна сітка. Робота з текстом та ілюстраціями: загальні правила набору, робота з заголовками, таблиці, обробка сканованих зображень, формати графічних файлів. Режисура та дизайн багатосторінкового ілюстрованого видання. Режисура та архітектоніка поліграфічного видання. Композиційні принципи видання. Типологічна і графічна концепція багатосторінкового видання. Композиція текстового документу. Етапи розробки і технологія друку багатосторінкового видання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Barry P. The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later (Third) / Pete Barry. – Thames & Hudson, 2016. – 450 p.

2. Костилюва В. А. Основи режисури та монтажу в 2-х ч. навч. посіб. / В. А. Костилюва., Я. В. Бондаренко. – К., КНУТД, 2010. – 74 с.
3. Курушин В. Дизайн и реклама. От теории к практике / В. Курушин. – К. : ДМК Пресс, 2016. – 308 с.
4. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / К. Ньюарк. – К. : Астрель, 2014. – 256 с.
5. Вильямс Р. Дизайн для НЕдизайнерів / Р. Вильямс. – «Символ-Плюс», 2016. – 248 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.

4.53. Назва. МІЖНАРОДНА ІНФОРМАЦІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Коровайченко Н.Ю., канд. екон. наук, доц. каф. міжнародних економічних відносин.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності міжнародної інформації та комунікації; вміння характеризувати засади міжнародної інформаційної політики, орієнтуватись в міжнародних документах, що регламентують діяльність в галузі міжнародної інформації та ін.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Офісні комп'ютерні технології».

Зміст. Теоретичні засади міжнародної інформації, глобальні тенденції та інституційні засади міжнародних інформаційних відносин, інформаційна політика міжнародних організацій, економічна інформація міжнародних організацій, Європа і глобальне інформаційне суспільство, інформаційна безпека в сучасному світі, міжнародний інформаційний бізнес, інформаційно-аналітична діяльність на підприємстві, технології зв'язків з громадськістю (public relations, PR) у міжнародній інформації, Україна у міжнародних інформаційних відносинах.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Муковський І.Т. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах: навч. посіб. для студ. ВНЗ / І.Т. Муковський, А.Г. Міщенко, М.М. Шевченко. – К. : Кондор, 2012. – 222 с.
2. Боднар І.В. Міжнародна інформація: навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення курсу / І.В. Боднар. – Львів: Новий Світ-2000, 2016. – 284 с.
3. Макаренко Є.А. Міжнародна інформація: терміни і коментарі: навч. посіб. / Є.А. Макаренко, М.М. Рижков, О.П. Кучмій, О.М. Фролова. – Вид. 2-ге, доповн. та переробл. – К. : Центр вільної преси, 2016. – 518 с.
4. Лісовський П.М. Міжнародні відносини: ментальність, геополітика, глобалізація: навч. посіб. / П.М. Лісовський. – К. : Кондор, 2017. – 156 с.
5. Палеха Ю.І. Інформаційний бізнес: підручник / Ю.І. Палеха, Ю.І. Горбань. – Київ: Ліра-К, 2015. – 490 с.

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, вирішення ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.54. Назва. ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, науковий ступінь, посада. Разіцький В.Й., доц., канд. іст. наук, доц. каф. 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», «Менеджмент».

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. Єлісєвенко Ю.П. Ораторське мистецтво. Постановка голосу й мовлення: навч. посіб. / Ю.П. Єлісєвенко. – 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, колоквіуми, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.55. Назва. ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. 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», «Реклама».

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: опорний конспект лекцій / К.В. Гурджиян, В.В. Сова. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 78 с.
2. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг: навч. посіб./П.О. Черномаз. – К. : Академвидав, 2010. – 270 с.
3. Телетов О.С. 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. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: 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.

4.56. Назва. РЕКЛАМА В ТОРГІВЛІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., доц., д-р 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 ті 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. – 608 с.

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.

4.57. Назва. ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. VIII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бучацька І.О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. 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 позицію 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», «Маркетингові комунікації».

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. – 160 с.

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.

4.58. Назва. ЖУРНАЛІСТИКА ЦИФРОВИХ МЕДІА.

Тип. Обов'язкова.

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 комплексу теоретичних та практичних знань з основ журналістської діяльності цифрових медіа, необхідних для фахової підготовки інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних матеріалів, програм різних форматів для цифрових медіа.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Теорія зв'язків із громадськістю», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Реклама», «Журналістика», «Масові комунікації».

Зміст. Сутність і зміст цифрових медіа. Організація роботи редакції цифрових медіа. Особливості діяльності інформаційної служби телевізійних новин. Журналістські професії в цифрових медіа. Особливості журналістської творчості для цифрових медіа. Інформаційні,

аналітично-публіцистичні та розважальні формати на телебаченні. Жанри цифрового радіомовлення. Інтернет-журналістика: специфіка та жанри. Оцінювання якості контенту для цифрових медіа.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Карпенко В. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади : підручник / В. Карпенко. – К. : Україна, 2012.–164 с.
2. Кулик О.Д. Основи журналістики : навч. посіб. / О.Д. Кулик. – Переяслав-Хмельницький : Вид-во КСВ, 2014. – 152 с.
3. Михайлин І.Л. Основи журналістики : підручник / І.Л. Михайлин. – 5-те вид., переробл. та доп. – Київ : ЦУЛ, 2011. – 496 с.
4. Приступенко Т.О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації : навч. посіб. / Т.О. Приступенко. – К. : Знання, 2011. – 351 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (опитування, ситуаційні завдання, презентації, тести, написання текстів різних жанрів журналістської творчості).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, опитування, аналіз текстів, перевірка підготовленої презентації/ситуаційних завдань);
- 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.....	3
1.3. Академічні органи.....	6
1.4. Академічний календар.	7
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	13
2.1. Студентський стіл відділу кадрів.....	13
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.....	16
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 за освітніми програмами	21
2.11. Обов'язкові чи вибіркові «вікна мобільності».....	24
2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього).....	24
2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.....	24
2.14. Мовні курси.....	26
2.15. Можливості для проходження практики	27
2.16. Навчання на робочому місці	28
2.17. Умови для занять спортом і відпочинку	28
2.18. Студентські організації	29
3. Освітня програма	30
4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)	45

