

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Факультет торгівлі та маркетингу

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ
Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

ступінь вищої освіти «магістр»
галузь знань 06 Журналістика
спеціальність 061 «Журналістика»
спеціалізація «Реклама»

Київ 2020

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), апікаційна 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 визнається у 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

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2020

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. КНТЕУ зберігає високі показники якості освітньої діяльності та закріплено лідируючі позиції у системі національної вищої освіти. Згідно з підсумками вступної кампанії університет за результатами оприлюдненого МОН України рейтингу за кількістю поданих заяв (33215 заяв) зберіг лідерські позиції серед провідних освітніх закладів України, увійшовши до п'ятірки найпопулярніших серед вступників ЗВО, а за кількістю поданих заяв серед економічних закладів вищої освіти КНТЕУ залишається лідером в Україні; за даними рейтингу «ТОП-200 Україна 2019» Міністерства освіти і науки України університет зайняв високі позиції.

КНТЕУ – це 5 навчальних інститутів, 9 коледжів і 2 вищих комерційних училища, розташованих у 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 обліку; інформаційних технологій; ресторанно-готельного та туристичного бізнесу; торгівлі та маркетингу.

В університеті навчається близько 35 тис. студентів, з них майже 18 тис. – у базовому закладі за 23 бакалаврськими та 17 магістерськими спеціальностями, 53 бакалаврськими (з них 2 англійською мовою викладання) та 52 магістерськими (з них 10 англійською мовою викладання) освітніми професійними програмами.

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

фінансів і банківської справи, страхування, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, обліку і 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, функціонує 7 спеціалізованих вчених рад із захисту докторських та кандидатських дисертацій за 12 спеціальностями.

КНТЕУ має потужний науково-педагогічний колектив, здатний успішно вирішувати поставлені завдання. Творчі наукові колективи університету плідно працюють над розв'язанням актуальних наукових проблем, результати досліджень публікуються у наукових журналах «Вісник КНТЕУ», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», міжнародному науково-практичному журналі «Товари і ринки».

Частка докторів наук у 2019 р. у загальній чисельності науково-педагогічних працівників становила 18%, кандидатів наук – 62,2%, тобто частка працівників з науковим ступенем становила 80%. Фахівці КНТЕУ беруть активну участь у розробленні стратегічних напрямів забезпечення якості освіти, залучені до складу комісій МОН України, інших міністерств і відомств.

До складу КНТЕУ входять: Інститут вищої кваліфікації, Центр європейської освіти, Відділ супроводу дистанційного навчання, де здійснюється підготовка та перепідготовка фахівців без відриву від основної професійної діяльності, Центр підготовки до ЗНО, Підготовче відділення для іноземців та осіб без громадянства, 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 функціонують юридична клініка «Центр правового захисту», що надає безкоштовну правову допомогу, та Центр медіації. 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 MBA, 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 система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.

Функціонують стандарти вищої освіти в КНТЕУ як сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності за кожним рівнем вищої освіти у 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 51 комп'ютерний кабінет. В університеті відкрито SMART-бібліотеку, в якій створено відкритий простір, зонований для читання, проведення лекцій, майстер-класів, презентацій і зручної роботи відвідувачів з комп'ютерами, шоломами віртуальної реальності та власними гаджетами. Також надаються послуги мультимедійної бібліотеки, де створений масив електронних документів (понад 2 900 примірників) та доступ до електронних повнотекстових баз документів, зокрема таких, як EBSCO Publishing, GMID – глобальна база даних ринкової інформації дослідницької компанії Euromonitor International, законодавча база України (НАУ), відкриті Архіви України, універсальна база даних компанії «East View Information Services». У відкритому доступі існує сучасна зона коворкінгу «KNUTE HUB» – новий простір для творчої інтелектуальної креативної роботи, який облаштований трьома робочими зонами, залом зустрічей, відпочинку та конференц-залом. На території комплексу діє VR-студія з окулярами віртуальної реальності Oculus Rift та шоломи VR HTC Vive, зона для кіберспортсменів – Cybersport zone.

Для студентства створені сприятливі соціально-побутові умови: 6 гуртожитків, 7 кафетеріїв та 4 їдальні, 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, великий 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, торгівлі та сільського господарства 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 України, Національним банком України, провідними комерційними банками, торговельними та готельно-ресторанними мережами, рекламними агентствами, логістично-розподільчими центрами та іншими організаціями і установами.

Встановлено 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 стосовно інтеграції вищої освіти, вдосконалення освітніх програм різних ступенів підготовки та перепідготовки спеціалістів, студенти проходять практику у шести зарубіжних країнах.

Університет – член престижних міжнародних організацій: Європейського центру публічного права, Великої хартії університетів, Університетського агентства франкофонії, Міжнародного товариства товаровзнавців і технологів, Світової асоціації відпочинку та рекреації, Всесвітньої організації кулінарних союзів, Європейської академії ритейлу, Міжнародної асоціації вузів з підготовки фахівців харчової промисловості.

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	Перший проректор з науково-педагогічної роботи, доктор технічних наук, професор

Володимирівна

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	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
01 Освіта		017 Фізична культура і спорт	Спортивний менеджмент		
03 Гуманітарні науки		035 Філологія	Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська		
05 Соціальні та поведінкові науки	051 Економіка	051 Економіка	Цифрова економіка (Digital economics)	051 Економіка	Цифрова економіка (Digital economics)
			Міжнародна економіка		Міжнародна економіка
			International economics – англомовна		International economics – англомовна
			Економіка бізнесу		Економіка та безпека бізнесу

Продовження таблиці

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень		
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація	
			Економіка торгівлі Економіка галузевих ринків		Фінансовий менеджмент Financial management – англomовна	
		052 Політологія	Політологія			
	053 Психологія	053 Психологія	Практична психологія	053 Психологія	Психологія	
	054 Соціологія	054 Соціологія	Соціологія економічної діяльності	–	–	
06 Журналістика	061 Журналістика	061 Журналістика	Реклама і зв'язки з громадськістю	061 Журналістика	Реклама	
07 Управління та адміністрування	071 Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі	
			Фінансовий контроль та аудит		Облік і податковий консалтинг	
	072 Фінанси, банківська справа та страхування	072 Фінанси, банківська справа та страхування	072 Фінанси, банківська справа та страхування	Публічні фінанси	072 Фінанси, банківська справа та страхування	Публічні фінанси
				Податковий менеджмент		Міжнародні фінанси
				Банківська справа		Управління банківським бізнесом
				Управління державними фінансовими ресурсами		Державний аудит
				Фінансове посередництво		Фінансове посередництво
				Страховий бізнес		Financial intermediation – англomовна
				Корпоративні фінанси		Страховий менеджмент
	Міжнародні фінанси	Корпоративні фінанси				
073 Менеджмент	073 Менеджмент	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	

Продовження таблиці

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
			(HR management)		(HR management)
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
			Management of foreign economic activities – англomовна		Management of foreign economic activities – англomовна
			Управління бізнесом		Управління бізнесом
			Торговельний менеджмент (Trade management)		Торговельний менеджмент
			Менеджмент персоналу		Менеджмент персоналу
			Промисловий менеджмент (Industrial management)		Готельний і ресторанний менеджмент
			Готельний і ресторанний менеджмент		Hotel and Restaurant management – англomовна
			Туристичний менеджмент		Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент
					Tourist and resort-recreational management – англomовна
					Лакшери менеджмент (Luxury Management)
					Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація
			Менеджмент антімонополюної діяльності		Управління в сфері економічної конкуренції
	075 Маркетинг	075 Маркетинг	Маркетинг	075 Маркетинг	Маркетинг менеджмент (Marketing management)
			Рекламний бізнес		Рекламний бізнес
					Бренд-менеджмент
					Цифровий маркетинг (Digital marketing)
	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Оптова і роздрібна торгівля	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Організація оптової та роздрібно торгівлі
			Товарознавство і комерційна логістика		Товарознавство і комерційна логістика

Продовження таблиці

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
			Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі Митна справа		Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі Митна справа Customs – англомовна Логістика та управління ланцюгами постачання Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management)
08 Право	081 Право	081 Право	Комерційне право	081 Право	Комерційне право
			Фінансове право		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	121 Інженерія програмного забезпечення	Інженерія програмного забезпечення (Software Engineering)	121 Інженерія програмного забезпечення	Інженерія програмного забезпечення (Software Engineering)
	122 Комп'ютерні науки	122 Комп'ютерні науки	Комп'ютерні науки	122 Комп'ютерні науки	Комп'ютерні науки
	124 Системний аналіз	124 Системний аналіз	Інформаційні технології та бізнес-аналітика (Data Science)	–	–
	125 Кібербезпека	125 Кібербезпека	Безпека інформаційних і комунікаційних систем в економіці	–	–
		126 Інформаційні системи та технології	Інформаційні системи та технології		
18 Виробництво та технології	181 Харчові технології	181 Харчові технології	Технологія та організація ресторанного бізнесу	181 Харчові технології	Інноваційні технології в ресторанному бізнесі
					Крафтові технології

Закінчення таблиці

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
24 Сфера обслуговування	241 Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельний і ресторанный девелопмент
					Ресторанный бізнес
					Міжнародний готельний бізнес
	International hotel business – англомова				
242 Туризм	242 Туризм	Міжнародний туризм	242 Туризм	Міжнародний туристичний бізнес	
				Економіка і організація туризму	
				International tourist business – англомова	
Міжнародний івент-менеджмент в туризмі					
28 Публічне управління та адміністрування	281 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	292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес	292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес
			Міжнародна торгівля		Світова торгівля
			Міжнародний маркетинг		
293 Міжнародне право	293 Міжнародне право	Міжнародне право	293 Міжнародне право	Міжнародне право	Міжнародне право

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

Інформація щодо умов прийому на навчання за освітніми ступенями «бакалавр» «магістр» розміщена на сайті Київського національного торговельно-економічного університету
<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=6040&uk>

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

Механізми для визнання 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.

Визнання 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 отримав 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, які вивчають студенти, виробничу практику, виконання випускних кваліфікаційних проєктів (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 таких положеннях, як:

- Положення про організацію освітнього процесу студентів;
- Положення про дистанційне навчання у КНТЕУ;
- Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у КНТЕУ;
- Положення про індивідуальний навчальний план студента КНТЕУ;
- Положення про самостійну роботу студентів і аспірантів КНТЕУ;
- Положення про організацію виконання та захисту курсових робіт (проєктів) у КНТЕУ (нова редакція зі змінами та доповненнями);
- Положення про проведення практики студентів у КНТЕУ / Порядок організації практики студентів за кордоном;
- Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів;
- Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю

знань здобувачів вищої освіти КНТЕУ;

- Положення про випускні кваліфікаційну роботу;
- Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у КНТЕУ;
- Положення про процедуру і підстави для видачі документів про вищу освіту державного зразка у КНТЕУ;
- Положення про систему рейтингового оцінювання діяльності студентів 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 за формою ф.17 для райвійськкоматів;
- 7) оформлення особових карток форми П-2;
- 8) прийом студентів пільгової категорії.

2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання

На території студентського містечка є чотири гуртожитки, розташовані за 5 хв ходи від головного навчального корпусу та за 15 хв від станцій метро «Лісова» та «Чернігівська». До центру міста (вул. Хрещатик) можна доїхати за 30 хв. Поблизу університету є лісопаркова зона та Парк Кіото. Ще один гуртожиток № 6 розташований за адресою: вул. Лобачевського, 23 (за 20 хв від головного навчального корпусу).

У гуртожитках є кімнати на 3, 4, 5, 6 ліжко-місць, кухні на кожному поверсі, санвузли та 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, (044) 519-37-41, 513-11-82;
- № 3 – вул. М. Матеюка, 2, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-49-28, (044) 513-13-32;
- № 4 – вул. М. Матеюка, 2-а, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-47-62, (044) 531-47-99.
- № 6 – вул. Лобачевського, 23, м. Київ, 02090;
тел. (044) 574-15-46, (044) 574-16-83

2.3. Харчування.

В університеті працюють чотири сучасні їдальні: у корпусах Б, Д, Е 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 у їдальні університету становить від 30 до 40 грн; обіду – від 40 до 50 грн; вечері – від 30 до 40 грн.

Щодня в усіх навчальних корпусах працюють кафе, де також можна придбати страви власного виробництва: основні страви (понад 100 видів), гарніри (понад 60 видів), холодні страви (понад 60 видів), холодні та гарячі напої, кондитерські вироби та десерти, вироблені у власному кондитерському цеху (понад 90 видів). У навчальних корпусах, гуртожитках функціонують торговельні автомати з гарячими та холодними напоями, кондитерськими виробами.

2.4. Вартість проживання.

Вартість проживання здобувачів вищої освіти у гуртожитках КНТЕУ встановлюється спільним наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Міністерства фінансів України і Міністерства охорони здоров'я України від 28.03.2011 № 284/423/173 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 та ін.

Також 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 особам без громадянства, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України та чинних нормативно-правових актів. Студентам-іноземцям, які вступили на навчання до КНТЕУ відповідно до міжнародних договорів, якими передбачено стипендію, академічна стипендія призначається до першого семестрового контролю у мінімальному розмірі.

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

Студентам пільгових категорій, визначених нормативно-правовими актами України (студентам з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, студентам з особливими потребами, студентам з малозабезпечених сімей, постраждалим від аварії на ЧАЕС, учасникам бойових дій та їхнім дітям, внутрішньо переміщеним особам та ін.), призначаються соціальні стипендії.

Розмір академічних та соціальних стипендій встановлює Кабінет Міністрів України.

2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках.

Студенти пільгових категорій, визначених законами України та постановами Кабінету Міністрів України (студенти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасники бойових дій та їхні діти, внутрішньо переміщені особи, студенти з особливими потребами та ін.) мають право на першочергове поселення до гуртожитків.

Студенти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасники бойових дій, особи з особливими потребами внаслідок війни, постраждалі учасники Революції Гідності мають право на безкоштовне проживання у гуртожитках до закінчення

навчання у КНТЕУ.

Діти загиблих у районі АТО, бойових дій чи збройних конфліктів, під час участі у Революції Гідності, діти учасників бойових дій, осіб з особливими потребами внаслідок війни, постраждалих учасників Революції Гідності мають право на безкоштовне проживання у гуртожитках до закінчення навчання, але не довше, ніж до досягнення ними 23 років.

Студенти, зареєстровані як внутрішньо переміщені особи, а також студенти, які постійно проживають на лінії зіткнення, мають право на пільгову оплату проживання у гуртожитках у розмірі 50% від встановленої вартості проживання (не довше ніж до досягнення ними 23 років).

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, придбання навчальної літератури 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, у тому числі екстреної, здійснюється іноземцем або особою без громадянства у разі відсутності у 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 та особливими потребами.

В університеті організація освітнього процесу осіб з особливими освітніми потребами здійснюється з урахуванням чинних норм законодавства.

Керівництвом університету створено сприятливі умови для навчання та проживання і постійно приділяється увага для їх покращання.

Студенти з особливими потребами (I–III група) отримують соціальну стипендію відповідно до Постанови від 28 грудня 2016 р. № 1045 «Деякі питання виплати соціальних стипендій студентам (курсантам) закладів вищої освіти».

Для забезпечення освітніх потреб молоді з особливими потребами та безперешкодного доступу до університету всі навчальні корпуси обладнані пандусами, поручнями та світловими вимикачами на рівні доступу людини, яка сидить.

Зокрема, навчальний корпус А обладнаний підйомною платформою та ліфтом для осіб з обмеженими фізичними можливостями, навчальний корпус Д, актовий зал (Конгрес-центр), гуртожитки № 2, № 4 – пандусами для заїзду візків та поручнями. Студенти з вадами опорно-рухового апарату отримують ключі від ліфтів.

Усі основні приміщення університету мають природне освітлення, враховано розташування меблів і обладнання відповідно до санітарних вимог. У центральному корпусі та Конгрес-центрі обладнані санвузли для осіб з обмеженими фізичними можливостями.

Для поліпшення умов проживання в гуртожитках студентів з обмеженими фізичними можливостями є спеціально обладнані кімнати (туалет та ванна, обладнані спеціальними поручнями).

2.9. Навчальне обладнання.

Бібліотека КНТЕУ є інформаційно-навчальним, культурно-

освітнім структурним підрозділом університету з універсальними фондами документів. Основна мета діяльності бібліотеки – створення умов для ефективної наукової роботи та організації освітнього процесу, активне сприяння впровадженню перспективних навчальних технологій. Адміністрація університету сприяє заходам щодо розширення інформаційних ресурсів у бібліотеці, створення доступності та зручності у користуванні книжковим фондом. Фонди бібліотеки є універсальною базою для освітнього процесу та наукових досліджень у сфері економіки, торгівлі, економіки і фінансів, менеджменту, бізнесу тощо. Це один із основних інформаційних ресурсів бібліотеки КНТЕУ, який становить понад 1 млн примірників книг, періодичних видань, дисертацій та авторефератів, навчально-методичних матеріалів, видань на електронних носіях. Щорічне поповнення фондів бібліотеки становить понад 8000 примірників книг, періодичних видань України та зарубіжних країн – понад 100 найменувань.

Бібліотека має сучасну матеріально-технічну базу. Встановлено 86 комп'ютерів та 3 потужні сервери, створено необхідні умови для ефективного обслуговування користувачів, організації фондів документів, електронних каталогів, виставок документів. Уся площа бібліотеки має покриття Wi-Fi.

До послуг користувачів бібліотеки – 11 читальних залів з фондами відкритого доступу, 7 абонементів, зал Bibliometrics (повнотекстові електронні ресурси), SMART-бібліотека, унікальна VR-студія, зона Кіберспорту, оновлені зали нових надходжень літератури та іноземної літератури, MBA, спеціальні сектори – методичних видань КНТЕУ, фонд дисертацій та авторефератів, комфортні зони відпочинку з настільним футболом, шахами та шашками.

Усі процеси роботи у бібліотеці автоматизовано: комплектування фонду документів, наукова обробка документів, видача документів користувачам, пошук наявності документів в електронних каталогах здійснюється за допомогою автоматизованої бібліотечно-інформаційної системи «УФД/Бібліотека». Для запису та користування бібліотекою впроваджено цифровий підпис (PIN-CODE) в електронний формуляр користувача.

Зал Bibliometrics надає вільний доступ до повнотекстових та наукометричних баз даних у режимі онлайн. Містить базу даних електронних підручників, навчальних програм, відеокурсів на електронних носіях з можливістю копіювання та подальшого опрацювання знайденої інформації.

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

- Наукометрична база даних **SCOPUS** – бібліографічна реферативна база даних, інструмент для відстеження цитованості статей, опублікованих у наукових виданнях.

- Наукометрична дослідницька інформаційна система **Web of Science** – є найбільшою реферативною базою даних і пропонує дослідникам, викладачам і студентам швидкий доступ до якісної міждисциплінарної релевантної інформації.

- Повнотекстова база даних **ScienceDirect** – провідна інформаційна платформа Elsevier для науковців, викладачів, студентів, яка містить 25% світових наукових публікацій.

- Повнотекстова та бібліографічна база даних матеріалів зарубіжних періодичних видань з різних галузей знань видавництва **EBSCO**.

- **База даних економіки та права** – зовнішньоекономічні показники країн світу.

- **Відкриті Архіви України** депозитарій наукових статей, монографій, методичних матеріалів науковців та викладачів різних університетів України.

- Доступ до **електронних версій навчально-методичних матеріалів**, розроблених викладачами університету для всіх факультетів.

- Доступ до електронного каталогу.

SMART-бібліотека – це відкритий простір, поділений на читання, проведення конференцій, лекцій, майстер-класів, презентацій, використовуючи SMART-wall (інтерактивну стіну) та плазмову панель. Облаштовані робочі місця з комп'ютерами, зона віртуальної реальності з шоломом віртуальної реальності HTC Vive та окулярами віртуальної реальності Oculus Rift. Для відпочинку та дозвілля облаштовано зону для інтелектуальних настільних ігор, у холі читального залу встановлено настільний футбол, шахівницю з великими шахами та шашки. SMART-бібліотека пропонує різні напрями діяльності для проведення навчання та має усі технічні можливості для креативного проведення часу молоді.

VR-студія оснащена окулярами віртуальної реальності Oculus Rift, комп'ютерами для індивідуальної роботи або з власним ноутбуком, або телефоном. Для виконання колективних завдань є SMART-wall з підключенням до Всесвітньої мережі. Спеціально облаштовано «куточок», що

служує відеостудією для блогерів та запису інтерв'ю. Це особливо актуально для студентів, які вивчають журналістику та PR.

На сайті бібліотеки КНТЕУ (www.lib.knute.edu.ua) представлена повна інформація 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 відбуваються 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 додатка. Вебсайт дає бібліотеці можливість покращувати співпрацю бібліотеки з користувачами, а також презентувати свої здобутки, створюючи свій позитивний імідж.

Впровадження нових технологій дає змогу бібліотеці значно розширити інформаційне забезпечення користувачів, що впливає на якість освітнього процесу. Співпраця зі структурними підрозділами КНТЕУ (факультети, кафедри, наукові та службові відділи) за допомогою адресного інформування про нові надходження через особистий кабінет користувача корпоративної програми Office 365 має за мету 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, сучасний дизайн, технічне обладнання та максимальна автоматизація виробничих процесів бібліотеки сприяють успішній роботі та якісному обслуговуванню користувачів.

Сервіс інформаційно-довідкового обслуговування «ASK Library» надає повну інформацію з ефективного використання бібліотечних ресурсів для студентів, викладачів та гостей університету. Бібліотека допомагає користувачам у розвитку навичок та компетенцій під час роботи з бібліотечно-інформаційними ресурсами: для студентів перших курсів організовуються екскурсії бібліотекою, практичні заняття з пошуку документів в електронному каталозі бібліотеки.

Терміни користування документами абонементів бібліотеки:

- Абонемент наукової літератури: науково-викладацький склад, –

один навчальний рік, студенти – один місяць.

- Абонемент навчальної літератури: науково-викладацький склад, – один навчальний рік, студенти – семестр;

- Абонемент залу іноземної літератури: усі читачі – один місяць (з можливістю продовження терміну користування).

- Абонемент художньої літератури: усі читачі – 21 день.

Режим роботи бібліотеки: понеділок – п'ятниця з 09:00 до 17:45.

2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами.

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

Програми навчання Центру європейської освіти КНТЕУ

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
Університет Клермон-Овернь (<i>Université Clermont-Auvergne</i>) Школа менеджменту Клермон-Ферран, Франція	Licence (бакалавр)	• Менеджмент	1 рік	Очна	Французька	– Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 2–3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	• Стратегічний менеджмент	2 роки			– Знання французької мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Вища паризька школа комерції (<i>ESCP Europe</i>) Париж, Франція	Master (магістр)	• Менеджмент	2 роки	Очна	Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра
Університет Парі Ест Кретей (<i>Université Paris-Est Creteil</i>) Інститут адміністрування підприємств Густава Ейфеля Париж, Франція	Licence (бакалавр)	• Управління та економіка	1 рік	Очна	Французька	– Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ

Закінчення таблиці

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент • Маркетинг • Фінанси 	1–2 роки		Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Бізнес-школа «Audencia» Нант, Франція	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Менеджмент 	1,5 року	Очна	Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра
	Літня та зимова спеціалізовані школи з економіки та менеджменту		Тематичні тижні на вибір	Очна	Англійська	– Знання англійської мови – рівень B2, – щонайменше 2 роки навчання у КНТЕУ
Університет Гренобль Альпи (Université Grenoble Alpes) Економічний факультет Гренобль, Франція	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> • Економіка і управління 	1 рік	Дистанційна, очна	Французька, англійська	– Знання французької/англійської мови – рівень B1–B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> • Управління організаціями в рамках міжнародної співпраці • Управління людськими ресурсами 	2 роки	Дистанційна	Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2–C1, – диплом бакалавра
Університет Центрального Ланкаширу (University of Central Lancashire) Школа мов, літератури та міжнародних досліджень Престон, Велика Британія	Літня та зимова школи з вивчення англійської мови		Тематичні тижні на вибір	Очна	Англійська	– Знання англійської мови – мінімальний рівень B1, – щонайменше 2 роки навчання у КНТЕУ
	Bachelor (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> • Міжнародні бізнес-комунікації 	1 рік			– Знання англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра

Закінчення таблиці

Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт (<i>University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt</i>) Вюрцбург, Німеччина	Bachelor (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> Міжнародний менеджмент 	1 семестр	Очна	Німецька, англійська	– Знання німецької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра
Бамберзький університет імені Отто Фрідріха (<i>Otto-Friedrich-University Bamberg</i>) Бамберг, Німеччина	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> Менеджмент міжнародних інформаційних систем Європейська економіка 	1 семестр	Очна	Німецька, англійська	– Знання німецької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра

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 чинників.

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 в ЗВО-партнері.

2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.

Університетом укладені договори про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти, в рамках 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

Велика Британія	Університет Центрального Ланкаширу
Польща	Краківський економічний університет
	Познанський університет економіки і бізнесу
	Вроцлавський економічний університет
	Щецинський університет
Німеччина	Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт
Болгарія	Варненський економічний університет
Греція	Університет Західної Аттики

Міжнародні програми і проєкти в рамках Еразмус+

Перелік навчальних закладів	
Університет Парі-Ест Кретей	
Університет Центрального Ланкаширу	
Краківський економічний університет	
Щецинський університет	
Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт	
Варненський економічний університет	
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 скласти екзамен на отримання міжнародних мовних сертифікатів (DELFDALF, IELTS, ESOL) і взяти участь у різних формах міжнародної академічної мобільності в рамках угод про співробітництво з європейськими ЗВО – партнерами

КНТЕУ.

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

2.15. Можливості для проходження практики.

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

Київський національний торговельно-економічний університет підтримує партнерські відносини більш ніж з **650 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, торгівлі та сільського господарства України, Міністерство соціальної політики України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство розвитку громад і територій України, Міністерство фінансів України, Державна податкова служба у місті Києві, Державна казначейська служба України, Рахункова палата України, Пенсійний фонд України, Державна аудиторська служба України, територіальні органи Державної митної служби, Національний банк України, Національна комісія з державного регулювання у сфері ринків фінансових послуг України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України, Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, ДП «Укрметртестстандарт», Департамент фінансів КМДА, Печерська районна в м. Києві державна

адміністрація, Деснянська районна в м. Києві державна адміністрація, Вищий господарський суд України, апеляційні суди України, Антимонопольний комітет України, Департамент кіберполіції Національної поліції України, Департамент міжнародного поліцейського співробітництва Національної поліції України, Національне агенство України з питань державної служби, Центральне міжрегіональне управління Міністерства юстиції (м. Київ), Національна академія наук України, Національна академія державного управління при Президентові України, Союз промисловців та підприємців України, Українська спілка підприємців малих, середніх та приватизованих підприємств, профільні комітети Верховної Ради України, Інститут психології НАПН України, Незалежна асоціація банків України, Українська спілка автомобільного транспорту та логістики, Асоціація «УКРЗОВНІШТРАНС», Громадська спілка «Український кулінарний союз», Торгово-промислова палата України, Торгово-промислова палата м. Києва та ін.

Також університет має угоди про партнерство з комерційними компаніями, такими як:

Microsoft Україна, «EPAM Systems Україна», групою компаній «BGS Solutions», ТОВ «БЕЙКЕР ТІЛІІ Україна», ТОВ «Ернст енд Янг», ТОВ «Консалтингова компанія «Голден Траст», ТОВ «Грант Торнтон Легіс», ТОВ «Крестон Джі 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 ОТЕЛЬ», заміський клуб «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 «Тревел профешнл груп», 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.

Прикладами навчання на робочому місці є:

– **майстер-клас** відомого бренд-шефа **Олега Горбатюка** про **крафтове морозиво**. Учасники та гості майстер-класу – студенти, які навчаються за спеціальністю «Харчові технології» КНТЕУ, Вінницького торговельно-економічного коледжу, викладачі факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу ознайомилися з технологією використання рідкого азоту для приготування крафтового морозива.

Студенти на майстер-класі самостійно формували смаки заморожених десертів, використовуючи принципи інжинірингу, комбінаторики смаків – саме тому учасники «створили» авторське крафтове морозиво з шафраном, медовою динею, огірком, сорбет із бородинським хлібом, діжонською гірчицею, шоколадом та червоним перцем чилі;

– **майстер-клас** керівника відділу трейд-маркетингу **VIP холдингу Global Spirits Варницької Катерини «Виведення нових продуктів на Європейський ринок»**. Студенти дізналися про етапи підготовки, які здійснюються виробничим підприємством для виходу товарів на експортний ринок.

Запрошений практик продемонструвала, як за допомогою моделювання та методу екстраполяції визначити частку ринку та оцифрувати основні показники, що вплинуть на успішність проєкту. Стейкголдери наголосили на важливості опанування та необхідності застосування комплексних знань у сфері торгівлі, фінансів, маркетингу, без яких важко спланувати рівень витрат та термін окупності проєкту;

– **навчальні майстер-класи** від майстрів світового рівня з кулінарного та пекарського мистецтва **Девіда Мішеля Мізона (Велика Британія)** та **Кнуда-Еріка Ларсена (Данія)** для студентів денної і заочної форми навчання КНТЕУ та Житомирського торговельно-

економічного коледжу КНТЕУ. Під час майстер-класів учасники отримали можливість підвищити рівень професійних навичок та ознайомитись із технологіями класичної Різдвяної європейської випічки, яку традиційно готують під час різдвяних свят у родинях та у ресторанах Великої Британії, Німеччини, Італії, тощо;

Business2Students byWatsons – один із ключових проєктів у портфелі партнерської синергії КНТЕУ і бізнес-сектору. Уже третій рік поспіль проєкт працює для студентів і в інтересах студентів. У навчально-практичному сезоні осінь-2019 студенти вивчали тему комунікацій і PR. Проєкт Business2Students має системний і в одночас інноваційний характер: майстер-класи проходять в інтерактивному форматі, студенти вчилися писати PR стратегію університету, на кожну зустріч спікери готували не тільки теоретичну базу, але й кейси, приклади з життя і реальні бізнес-ситуації.

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 КВН КНТЕУ за Кубок Ректора та ін.

В університеті діє культурно-мистецький центр, до якого входять творчі аматорські колективи: народний студентський камерний академічний хор, студія сучасного танцю «Light», студія вокалу та сучасної музики, фольклорно-інструментальний ансамбль «At libitum».

Для розвитку студентів як особистостей та популяризації здорового способу життя в університеті на базі кафедри фізичної культури функціонують секції з великого та настільного тенісу, фітнесу, волейболу (чоловічий, жіночий), плавання, бадмінтону, баскетболу, аеробіки, боксу, боді-фітнесу, футболу (чоловічого, жіночого), атлетичної гімнастики, легкої атлетики, боротьби, фізичної реабілітації та з загальної фізичної підготовки. Створено всі умови для занять фізкультурою та спортом: сучасний стадіон із штучним покриттям, спортивний майданчик, тенісні корти, дві сучасні ігрові зали, тренажерна зала, зала боксу та боротьби, зали для фітнесу.

2.18. Студентські організації.

Громадське життя у КНТЕУ 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», дебатний клуб «Polemic Union», філософський клуб «Фенікс», «Правничий клуб», підприємницький «YEP Club», «Бізнес Клуб», «Маркетинг», «SapLab», «N&SE Services», «ProgramClub», «ТРОС», «Бухгалтерський клуб імені Лука Пачолі», «Клуб професійного бухгалтера», «Аудиторський клуб», «Спілка художників КНТЕУ», «Європейський клуб», Всеукраїнський рух «Молодь за права споживачів», клуб хіміків «Start in Science», «Клуб кулінарій», психологічний клуб «SAPGEN», туристичний клуб «Еверест», клуб «Сервіс», спортивні клуби з футболу, баскетболу, волейболу, боротьби тощо.

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

3. Освітня програма

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)

д.е.н., проф. Мельникович О.М.

3.1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 061 «Журналістика» (за спеціалізацією «Реклама»)

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 магістр спеціальність «Журналістика» спеціалізація «Реклама»
Офіційна назва освітньої програми	«Реклама»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України (Україна) терміном дії до 01 липня 2023 р. на підставі наказу МОН України від 08.02.2013 р. № 300л
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	- наявність ступеня бакалавра; - умови прийому на програму регламентуються Правилами прийому до КНТЕУ.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Формування системи професійних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань, пов'язаних зі створенням журналістських продуктів, проведенням журналістських розслідувань, створенням рекламних звернень та здійсненням рекламної діяльності.	

Рекламист досліджує прикладні соціальні комунікації, визначає рекламну стратегію в умовах конкуренції, готує пропозиції щодо рекламного просування товарів та послуг, розробляє оригінал-макети реклами та інші комунікаційні звернення, визначає місця розміщення реклами.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань 06 «Журналістика», спеціальність 061 «Журналістика», спеціалізація «Реклама» Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки – 13,5 кредитів ЄКТС (15%); Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки – 31,5 кредитів ЄКТС (35 %), вибіркові компоненти – 24 кредитів ЄКТС (27%, не менше 25%), практична підготовка – 9 кредитів ЄКТС (10%), атестація – 12 кредитів ЄКТС (13%).
Орієнтація освітньої програми	Прикладна освітньо-наукова орієнтація. Програма складається з дисциплін загальної, професійної та практичної підготовки.
Освітній фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі знань «Журналістика» у сфері реклами. Формування фахової компетентності щодо вміння створювати рекламні звернення, досліджувати прикладні соціальні комунікації, здійснювати рекламну діяльність на підприємстві. Ключові слова: соціально-комунікаційні технології, рекламний креатив, цифрові рекламні технології, журналістське розслідування, журналістська творчість.
Особливості програми	Наявність вибіркової складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері журналістики та реклами; практична підготовка обсягом 9 кредитів на підприємствах, що займаються рекламною діяльністю.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з Державним класифікатором професій ДК 003 : 2010 – кваліфікована управлінська та виконавська діяльність у видавництвах,

	інформаційних та медійних агентствах, прес-службах, політичних, комерційних та громадських організаціях, медіаструктурах, науково-дослідних, експертних установах, навчальних закладах. Професійна діяльність магістра з реклами на відповідних посадах полягає у виконанні функцій, які є компонентами дескриптора здобутих компетенцій: загальноосвітня, дослідницька, педагогічна; психолого-етична; соціальна, культурологічна, загально-історична, економічна, управлінська, маркетингова. При цьому він може обіймати посади у державних структурах та відомствах, установах (держадміністрації), органах самоврядування та у міжнародних організаціях на посадах, що вимагають вищої освіти
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього циклу FQ-EHEA, 8 рівня EQF-LLL та 9 рівня НРК.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, компетентнісний підхід в побудові та реалізації навчальних програм.
Оцінювання	Письмові екзамени «Положення про організацію освітнього процесу студентів» «Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів»
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність особи розв'язувати складні завдання і проблеми у галузі журналістики та у сфері рекламної діяльності та/або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог, а саме <i>генерувати ідею медіапродукту, розробляти творчу концепцію і медіадизайн продукту, створювати фотоматеріали різних жанрів, формувати рекламну стратегію підприємства, використовувати інформаційні та цифрові технології в рекламній діяльності підприємства,</i>

<p>Загальні компетентності (ЗК)</p>	<p><i>ЗК 1. Уміння застосовувати знання на практиці.</i></p> <p><i>ЗК 2. Уміння спілкуватися з непрофесіоналами галузі.</i></p> <p><i>ЗК 3. Знання другої мови.</i></p> <p><i>ЗК 4. Навички роботи з ПК.</i></p> <p><i>ЗК 5. Дослідницькі уміння.</i></p> <p><i>ЗК 6. Здатність до самонавчання.</i></p> <p><i>ЗК 7. Здатність адаптуватися до нових умов та приймати рішення у складних і непередбачуваних ситуаціях.</i></p> <p><i>ЗК 8. Навички роботи з інформацією (уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел).</i></p> <p><i>ЗК 9. Здатність до ініціативності та генерування нових ідей (творчість).</i></p> <p><i>ЗК 10. Дотримання професійної етики, знання міжнародних норм і законодавства України у сфері безпеки життєдіяльності населення, системи управління охороною праці та цивільного захисту.</i></p>
<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p><i>ФК1. Здатність знати та застосовувати законодавче і нормативне регулювання соціальних, політичних та рекламних комунікацій в суспільстві;</i></p> <p><i>ФК 2. Здатність розуміти феномен мовної комунікації та використовувати знання іноземної мови у професійному спілкуванні.</i></p> <p><i>ФК 3. Здатність розуміти процес створення журналістського продукту, генерувати нові ідеї щодо журналістського і рекламного контенту та застосовувати різноманітні методи його створення;</i></p> <p><i>ФК 4. Здатність генерувати ідею медіапродукту, розробляти творчу концепцію і медіадизайн продукту;</i></p> <p><i>ФК 5. Здатність створювати фотоматеріали різних жанрів, застосовуючи фототехніку та пакети комп'ютерних програм для обробки растрової графіки;</i></p>

	<p><i>ФК 6. Здатність володіти підходами до формування політики підприємства різних галузей у сфері реклами;</i></p> <p><i>ФК 7. Здатність щодо використання інформаційних та цифрових технологій в рекламній діяльності підприємств.</i></p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p><i>ПРН 1. Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в практичній діяльності.</i></p> <p><i>ПРН 2. Застосовувати набуті загальнонаукові та фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері реклами.</i></p> <p><i>ПРН 3. Формувати у майбутніх фахівців сучасні знання, вміння і практичні навички, способи мислення, професійні, світоглядні і громадянські якості, морально-етичні цінності, які визначають здатність успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність у сфері журналістики та реклами.</i></p> <p><i>ПРН 4. Спілкуватися іноземною мовою за професійним спрямуванням.</i></p> <p><i>ПРН 5. Розуміти способи генерації нових ідей у процесі підготовки журналістського продукту.</i></p> <p><i>ПРН 6. Аналізувати цифровий рекламний матеріал сучасного підприємства.</i></p> <p><i>ПРН 7. Використовувати можливості Інтернету, мобільних і цифрових технологій для підтримки іміджу бранда, виведення нового продукту на ринок, підвищення впізнаваності, стимулювання продажів.</i></p> <p><i>ПРН 8. Користуватися нормативно-правовими засадами журналістської та рекламної діяльності.</i></p> <p><i>ПРН 9. Застосовувати інформаційне законодавство України у регулюванні інформаційних відносин, забезпеченні конституційного права на інформацію.</i></p> <p><i>ПРН 10. Застосовувати та впроваджувати цифрові технології в рекламу.</i></p>

	<p><i>ПРН 11. Генерувати нові ідеї рекламного звернення, застосовувати знаки у рекламних матеріалах та методи створення рекламних звернень і журналістських продуктів.</i></p> <p><i>ПРН 12. Формувати програму рекламних комунікацій підприємств різних галузей економіки.</i></p> <p><i>ПРН 13. Використовувати сучасні інформаційні технології в рекламі.</i></p> <p><i>ПРН 14. Розробляти творчу концепцію і медіадизайн продукту.</i></p> <p><i>ПРН 15. Створювати фотоматеріали різних жанрів, застосовуючи фототехніку та пакети комп'ютерних програм.</i></p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку фахівців з журналістики, спеціалізації «Реклама» є кафедра журналістики та реклами КНТЕУ. Завідувач кафедри має науковий ступінь кандидата наук та вчене звання доцента.</p> <p>84% викладачів, які забезпечують навчальний процес, мають науковий ступінь та/або вчене звання. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метрів на одну особу.</p> <p>40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням.</p> <p>Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти)</p> <p>Є офіційний веб-сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію,</p>

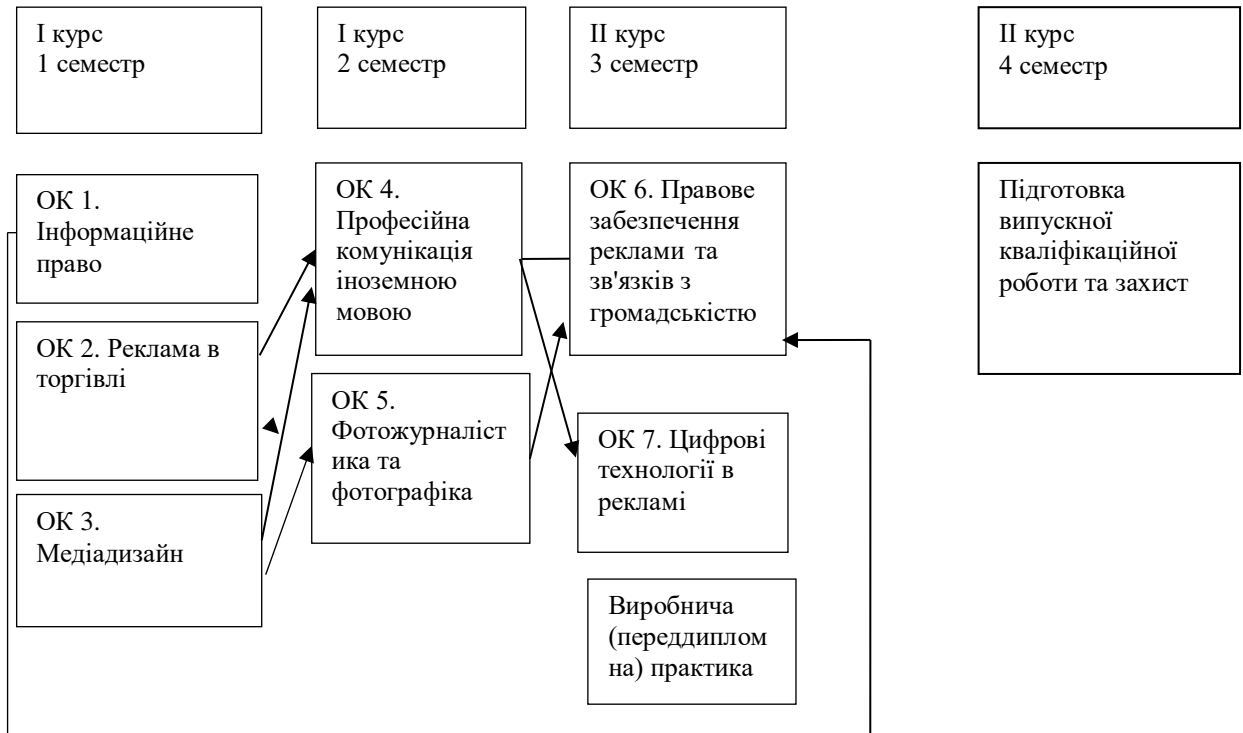
	<p>освітня/освітньо-наукова/ видавничча/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua.</p> <p>У відділі супроводу дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://dist.knute.edu.ua</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Дистанційна програма подвійного дипломування між КНТЕУ та Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція) для студентів всіх факультетів. Навчання проходить англійською або французькою мовами з можливістю виїзду на навчання на другий семестр до Університету Гренобль Альпи.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція). 2. Університет Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Іноземні громадяни можуть навчатися у КНТЕУ:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на підготовчому відділенні для іноземців та осіб без громадянства - 1 рік; – за спеціальностями вищої освіти за освітнім ступенем «бакалавр»: денна форма навчання - 3 роки 10 місяців, заочна форма навчання - 4 роки 6 місяців.

3.2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
Обов'язкові дисципліни		
ОК 1	Інформаційне право	6
ОК 2	Реклама в торгівлі	6
ОК 3	Медіадизайн	6
ОК 4	Професійна комунікація іноземною мовою	7,5
ОК 5	Фотожурналістика та фотографіка	7,5
ОК 6	Правове забезпечення реклами та зв'язків з громадськістю	6
ОК 7	Цифрові технології в рекламі	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66
Вибіркові компоненти ОП		
ВК 1	Журналістська творчість	6
ВК 2	Журналістське розслідування	6
ВК 3	Бренд-менеджмент	6
ВК 4	Управління лояльністю споживачів	6
ВК 5	Audio&VideoProduction	6
ВК 6	Галузеві зв'язки з громадськістю	6
ВК 7	Інформаційні системи в рекламі	6
ВК 8	Інтернет-маркетинг	6
ВК 9	Конфліктологія та психологія ділового спілкування	6
ВК 10	Психологія іміджу	6
ВК 11	Документознавство та бібліотекознавство	6
ВК 12	Креативний менеджмент	6
ВК 13	Кроскультурний менеджмент	6
ВК 14	Політичні комунікації	6
ВК 15	Електронне врядування	
Загальний обсяг вибірових компонент:		24
Практична підготовка		
Виробнича (переддипломна) практика		9
Атестація		
Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист		12
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

3.3. Структурно-логічна схема ОП



3.4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 061 «Журналістика» проводиться у формі захисту випускної кваліфікаційної роботи згідно Положення про випускню кваліфікаційну роботу (проект) та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Журналістика» спеціалізація «Реклама».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**3.5. Матриця відповідності програмних компетентностей
обов'язковим компонентам освітньої програми**

Компоненти / Компетентності	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
ЗК1	+	+	+	+	+	+	+
ЗК2				+			
ЗК3				+			
ЗК4		+	+		+		+
ЗК5		+	+		+		
ЗК6	+	+	+	+	+	+	+
ЗК7		+	+		+		
ЗК8	+	+	+		+	+	
ЗК9		+	+		+		+
ЗК10	+	+			+	+	
ФК1	+	+			+	+	
ФК2				+			
ФК3			+		+		
ФК4			+				
ФК5					+		
ФК6		+					
ФК7							+

3.6. Матриця відповідності програмних компетентностей вибірковим компонентам освітньої програми

Компоненти / Компетентності	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4	БК 5	БК 6	БК 7	БК 8	БК 9	БК 10	БК 11	БК 12	БК 13	БК 14	БК 15
ЗК1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК2		+													
ЗК3					+										
ЗК4	+	+			+		+	+							
ЗК5		+	+	+		+									
ЗК6	+	+	+	+		+		+						+	
ЗК7		+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+
ЗК8	+	+	+	+		+	+	+		+				+	
ЗК9	+	+	+	+	+	+		+				+	+	+	
ЗК10	+	+	+		+	+		+	+		+		+	+	+
ФК1	+	+	+		+	+		+	+		+		+	+	+
ФК2	+	+													+
ФК3	+														
ФК4	+				+										
ФК5	+	+													
ФК6							+								
ФК7					+			+							

3.7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
ПРН1		+	+		+		
ПРН2		+					+
ПРН3	+	+	+	+	+	+	+
ПРН4				+			
ПРН5			+		+		
ПРН6							+
ПРН7							+
ПРН8	+		+				

ПРН9	+						
ПРН10							+
ПРН11			+			+	+
ПРН12				+			
ПРН13							+
ПРН14					+		
ПРН15						+	

3.8. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними вибілковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14	ВК 15
ПРН1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН2			+	+	+		+	+							
ПРН3	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН4		+											+		
ПРН5	+														
ПРН6			+	+	+		+	+							
ПРН7							+			+		+			
ПРН8		+		+		+		+						+	+
ПРН9		+		+		+		+						+	+
ПРН10					+										
ПРН11	+				+							+			
ПРН12			+	+											
ПРН13					+		+								
ПРН14	+				+										
ПРН15	+														

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)

4.1. Назва. ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тімашов В.О., д-р. юрид. наук, доц. каф. адміністративного, фінансового та інформаційного права.

Результати навчання. Ознайомлення з місцем і роллю інформаційного законодавства як самостіфінансової комплексної галузі в національній правовій системі України, у регулюванні інформаційних відносин, забезпеченні конституційного права на інформацію.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство».

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Микитенко Л.А. Державний контроль рекламної діяльності в Україні / Л.А. Микитенко. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2011. – 142 с.
2. Куліш, А.М. Інформаційне право України : навч. посіб. / А.М.Куліш, Т.А. Кобзева, В.С. Шапіро. – Суми: СумДУ, 2017. – 108 с.
3. Кормич Б.А. Інформаційне право : підручник / Б.А. Кормич. – Харків: БУРУН і К°, 2017. – 334 с.

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

інноваційних технологій: лекції (оглядова); семінарські, практичні заняття (тренінг / презентація / дискусія / інше).

Методи оцінювання.

– поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, комплексна контрольна робота тощо);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.2. Назва. РЕКЛАМА В ТОРГІВЛІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., проф., д-р. екон. наук, проф. каф. 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. «Маркетингові комунікації», «Основи реклами».

Зміст. Теоретичні засади рекламної діяльності. Особливості управління рекламною діяльністю в торгівлі. Інформаційно-аналітичне забезпечення рекламної діяльності підприємств торгівлі. Організація процесу планування торгової реклами підприємств торгівлі. Розробка рекламної кампанії та її інтеграція з маркетинговими комунікаціями підприємства торгівлі. Оцінка результативності управління рекламною діяльністю в підприємствах торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. 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.
2. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М. : Финпрес, 2000. – 256 с.
3. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посіб. / Т.І. Лук'янець. – К. : КНЕУ, 2000. – 380 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.

4.3. Назва. МЕДІАДИЗАЙН.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. I.

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

Результати навчання. Формування у студентів розуміння генезису творчої креативної концепції медіадизайну у сучасному комунікаційному середовищі.

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

Зміст. Сутність та значення медіадизайну як процесу створення сучасного комунікаційного середовища. Медіаграфіка як інструмент формування візуального простору. Айдентика та корпоративний дизайн у медіапросторі. Кольоровий простір та місце кольору в ієрархії пріоритетів медіадизайну інтерфейсів. Шрифт як компонент сучасної медіакультури. Типографіка в медіадизайні. Медіадизайн в інтерактивному середовищі. Використання мультимедійних логотипів при створенні медіаплатформи. Сторітейлінг як інструмент візуалізації ідеї у медіадизайні. Види скетчингу. Медіаграфіка як актуальний формат візуалізації медіапродукту. Створення власного медіапродукту з використанням медіаграфічних елементів. Орнаментальна графіка в медіапросторі. Стильові практики та їх відображення в сучасному медіадизайні. Аудиторія нових медіа: особливості візуального залучення.

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. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник/ З.Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен/ Перекл. з нім. П.Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
3. Підручник з крос-медіа / видавці: Іоанна Нарчіса Крецу, Міхаіл Гузун, Любов Василик ; перекл. Ана Лехінтан та ін. – Sibiu : Schiller Publishing House, 2015. – 215 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. Назва. ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ІНОЗЕМНОЮ МОВОЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Колот Л.А., старш. викл. каф. іноземної філології та перекладу.

Результати навчання. Вивчення феномена мовної комунікації; формування вмінь та навичок правильно розуміти й аналізувати комунікативні процеси і явища, використання здобутих знань у вивченні іноземних мов, перекладі, філологічних дослідженнях, практиці іншомовного спілкування; висвітлення ролі мовної комунікації у контактній зоні.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Вхідний рівень володіння іноземною мовою B2+.

Зміст. Теорія мовної комунікації як наука і навчальна дисципліна. Природа спілкування і комунікації. Риторика – мистецтво слова. Компоненти комунікації і форми мовного спілкування. Організація

мовного коду в комунікації. Загальна характеристика складових комунікативного акту. Культура мовної комунікації. Комунікативні девіації (невдачі). Міжкультурна комунікація. Етноспецифіка мовної комунікації.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації / О.В. Яшенкова. – Київ : Академія, 2010. – 312 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – Київ: Академія, 2008. – 344 с.
3. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація / Н.П. Волкова. – Київ: Академія, 2008. – 256 с.

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.

4.5. Назва. ФОТОЖУРНАЛІСТИКА ТА ФОТОГРАФІКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2020/2021.

Семестр. II.

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

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності фотожурналістики та процесу фотографії, теоретичних основ щодо образотворчих засобів і засобів вираження фотожурналістики; проблематики фоторепортажу, особливості роботи фотографа в електронних ЗМІ та блогах; практичних навичок щодо технічної складової фотографічного оснащення та основи його роботи, основ рекламної та студійної фотографії, застосування мультимедійних технологій в сучасній фотожурналістиці.

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

Зміст. Історія фотографії від дагеротипії до цифрового формату. Фотожурналістика в сучасних ЗМІ. Більд-редагування у дизайні ЗМІ. Жанри фотожурналістики: типологічні ознаки, особливості

образотворчих і виразних засобів. Фотографічні жанри і їх використання у фотожурналістиці. Виразні засоби фотографії та принципи фотокомпозиції. Види зйомки. Технічна база сучасної цифрової фотографії. Фотографування предметів з близької відстані, макрозйомка. Студійна зйомка. Репортажна зйомка. Технічне оснащення для швидкісної зйомки репортажного фото. Особливості зйомки жанрових сцен. Тварини у природному середовищі. Виставкова фотографія. Рекламна фотозйомка. Створення рекламного фотоплакату.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Брюханова Г. В. Комп'ютерні дизайн технології: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.
2. Савончак В.Я. Зображальна журналістика: фотографія : конспект лекцій / В.Я. Савончак. – Чернівці : Рута, 2011. - 100 с.
3. Грей Д. Пособие по журналистике данных [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.litmir.net>

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

4.6. Назва. ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Микитенко Л.А., канд. юрид. наук, доц. каф. міжнародного, цивільного, комерційного права.

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство».

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бачило И.Л. Информационное право: Основы практической информатики : учеб. пособие / И.Л. Бачило ; Ин-т государства и права РАН. – М. : Юринформцентр, 2001.
2. Залипецький М.Т. Правознавство / М.Т. Залипецький, В.Т. Машика. – Ужгород: Т. : Ліра, 2013.
3. Костецька Т.А. Право на інформацію в Україні /Т.А. Костецька. – К. : НАН України ; Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького ; Вища шк. права, 1998.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, бесіда, навчальна дискусія, проблемний виклад, дослідницький метод.

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. Назва. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. III.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок застосування технологій створення цифрової реклами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Реклама», «Рекламні технології».

Зміст. Цифровий контент. Використання можливостей інтернету, мобільних і цифрових технологій для підтримки іміджу бренда, виведення нового продукту на ринок, підвищення впізнаваності, стимулювання продажів. AR/VR реклама, 3D-video mapping та гейміфікація. Створення цифрового візуального контенту засобами Adobe After Effects. Аналітика та оцінка ефективності реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Damian Ryan. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page Ltd, 2012. – 304 p.
2. Захарченко, А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник / А.П. Захарченко. – Тернопіль : Крок, 2014. – 198 с.
3. Технологии AR и VR в образовании. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/mailru/blog/435996>.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. ЖУРНАЛІСТСЬКА ТВОРЧІСТЬ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Семенець О.О., проф., д-р філол. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо основних принципів, методів і прийомів створення журналістських творів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістика», «Копірайтинг», «Основи редагування», «Журналістика цифрових медіа».

Зміст. Журналістський твір і фактори впливу на процес його створення. Поняття журналістського твору. Творчість спілкування. Факт, новина, подія у дійсності та журналістському творі. Жанри у практичній журналістиці. Жанроутворювальні ознаки. Правила складання питань. Форми та зміст журналістського твору. Прийоми побудови змісту. Сюжет і композиція як елементи форми. Літературні, образні та авторські компоненти журналістського твору. Автор – читач: проблеми взаємодії. Функції авторського «я». Написання журналістського твору як робочий процес. Загальні правила роботи над журналістським твором. Характер колективної творчості.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2008. – 276 с.
2. Карпенко В. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади : підручник /В. Карпенко. – К.: Університет «Україна», 2012.
3. Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики : навч. посіб. /Вальтер фон Ла Рош /за заг. ред. В.Ф. Іванова та А. Коль. – К : Академія української преси, 2005. – 229 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. ЖУРНАЛІСТСЬКЕ РОЗСЛІДУВАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Семенець О.О., проф., д-р філол. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Ознайомлення студентів з історією, теорією, технологією проведення журналістського розслідування як синтетичного жанру аналітичної публіцистики, сучасною вітчизняною та зарубіжною практикою публіцистичного дослідження актуальних проблем суспільного життя.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістика», «Журналістська творчість».

Зміст. Суспільно-політичні передумови журналістських розслідувань в американській та європейській журналістиці. Легалізація й утвердження жанру журналістського розслідування в незалежній Україні. Журналістське розслідування в демократичному суспільстві. Специфіка журналістських розслідувань в сучасних електронних ЗМІ. Теоретичні основи журналістського розслідування. Технологія журналістського розслідування. Правові гарантії в роботі журналіста-розслідувача, етичні принципи.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Недопитанський М.І. Уроки з журналістської практики / М.І. Недопитанський, М.А. Карась, В.І. Ільченко. – К. : Україна молода, 2010. – 120 с.
2. Карпенко В. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади : підручник / В. Карпенко. – К. : Україна, 2012. – 164 с.
3. Кулик О.Д. Основи журналістики : навч. посіб. / О.Д. Кулик. – Переяслав-Хмельницький : Вид-во КСВ, 2014. – 152 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова / тематична); практичні заняття (підготовка презентацій, моделювання ситуацій, проведення журналістських розслідувань).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка творчих завдань, презентацій, аналіз журналістських розслідувань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. Бренд-менеджмент.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бондаренко О.С., проф., д-р екон. наук, зав. каф. маркетингу.

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И.В. Грошев, А. А. Краснослободцев. - Юнити-Дана. – 2015. – 655 с.
2. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент: навч. посіб. / О. В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2013.
3. Кендюхов О.В. Брендинг: принципи управління та методологія оцінки: монографія / О. В. Кендюхов, Д. С. Файвішенко. – МОНМС України. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 227 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Янковець Т.М., доц., канд. екон. наук., доц. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок управління лояльністю споживачів.

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

Зміст. Сутність понять «лояльність споживачів», «задоволеність» та «прихильність». Типи лояльності споживачів. Сутність понять «маркетинг лояльності» та «маркетинг відносин». Історія становлення маркетингу лояльності в Україні та світі. Вплив маркетингового середовища на формування лояльності споживачів. Принципи та інструменти формування та управління лояльністю споживачів. Цілі та етапи формування лояльності споживачів. Сутність та види програм лояльності. Види винагород та способи їх накопичення у програмах лояльності. Інформаційно-аналітичне забезпечення імплементації програм лояльності. Методи сегментування споживачів та визначення цільової аудиторії підприємства. Способи автоматизації програм лояльності. Види CRM-систем. Методи оцінювання результативності формування лояльності споживачів. Гейміфікація програм лояльності. Маркетингові комунікаційні стратегії управління лояльністю споживачів.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гурджиян К.В. Управління лояльністю споживачів: опор. конспект лекцій / К.В. Гурджиян, В.В. Сова. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 76 с.
2. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ Т. В. Дубовик. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 331 с.
3. Зикерманн Г. Гейміфікація в бізнесі / Г. Зикерманн, Линдер Дж. – Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 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, модерація, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, дайджесту; ситуаційні завдання; захист проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. Назва. AUDIO & VIDEO PRODUCTION.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування можливостей логічного кадрування екранної дії та монтажу екранного зображення за певними принципами; прищеплення навичок відбору та поєднання зображення та звуку за певними драматургічними та технологічними принципами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Журналістська творчість», «Копірайтинг», «Рекламний креатив».

Зміст. Основні складові виробництва аудіо-та відео продукту. Драматургічні жанри та драматургічна структура. Сценарна майстерність. Основні засади створення сценарію. Створення форм та образів. Типологія екранного продукту. Принципи обрання світла, звуку, анімації (мультиплікації). Основи монтажу. Правила та принципи монтажу. Монтаж спецефектів та звуку. Основи логістики аудіо та відео продукту. Основні засади розміщення аудіо та відео продукту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Курінна Г.В. Сценарна майстерність на телебаченні. Теледраматургія: навч. посібн. / Г. В. Курінна. — Х. : ХДАК, 2013. — 189 с.
2. Лісневська А.Л. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. за напрямом підготов. «Кіно-, телемистецтво», «Тележурналістика» / А. Л. Лісневська, Т. Коже- новська ; Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. - Луганськ : ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2013. - 188 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://elibrary.kubg.edu.ua/4057/1/O_Lisnevskaja_MTR_GI.pdf
3. Захожай З.В. Проблемы социокультурного развития и художественного дискурса в аспекте коммуникационных процессов и связей / Монографія / З.В. Захожай, Л.И. Горенко. – К. : КиМУ. – 2018. – 82 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.

4.13. Назва. ГАЛУЗЕВІ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дубовик Т.В., проф., д-р. екон. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Набуття практичних навичок з таких питань, як: розроблення системи зв'язків з громадськістю у різних сферах суспільного життя; опанування методики збору, систематизації та узагальнення інформації при підготовці матеріалів зі зв'язків з громадськістю у різних сферах суспільного життя; вибір, обґрунтування застосування PR-інструментів для торговельної та виробничої сфери, в сфері надання послуг, соціокультурній сфері, шоу-бізнесі, медіаіндустрії, в громадських організаційних та благодійних фондах.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Теорія зв'язків з громадськістю», «Маркетингові комунікації».

Зміст. Моделювання PR-процесів для підприємств, що функціонують в різних сферах суспільного життя. Media relations та його використання підприємствами різних форм власності. Здійснення PR-діяльності в медіаіндустрії. Формування портфелю PR-інструментів для B to B сектору. Зв'язки з громадськістю в торговельній сфері. Зв'язки з громадськістю в сфері надання фінансових послуг. PR органів державної влади та місцевого самоврядування. Зв'язки з громадськістю в соціокультурній сфері. PR в сфері шоу-бізнесу. PR-інструментарій для громадських організацій та благодійних фондів. Особливості політичного PR.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик; МОНМС України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2016. - 251 с.

2. Кияниця Є. Зв'язки бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону : монографія / Є.О. Кияниця - К. : Ліра, - 2018. – 120 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.

4.14. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо питань створення, застосування та впровадження інформаційних систем для вирішення завдань в рамках рекламної діяльності з використанням інформаційних технологій та сучасної обчислювальної техніки. Освоєння студентами цієї дисципліни сприятиме формуванню інтеграційного механізму відтворення їх професійних знань і вмінь під час організації та веденні бізнесу, тобто буде визначати рівень підготовленості фахівців самостійно приймати рішення при використанні сучасних інформаційних технологій.

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

Зміст. Вивчення теоретичних основ створення, застосування та впровадження інформаційних систем у розв'язання рекламних задач, а саме: використання нових інформаційних технологій в умовах розвитку споживчого ринку України; комп'ютеризація діяльності рекламних служб; розробка, створення інформаційних систем у рекламі; інформаційні технології прийняття маркетингових рішень; інформаційні технології розв'язання маркетингових задач.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Оксанич А.І. Інформаційні системи і технології маркетингу : Навчальний посібник / А.І. Оксанич, В.Р. Петренко, О.П. Костенко. – Видавничий дім «Професіонал», 2012. – 320 с.
2. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології : навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортні технології» / О.В. Грицунов; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2015. – 222 с.
3. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : практикум / Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко ; [редкол. ф-ту О.Д. Шарапов (голова) та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Держ. ВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2015. – 251 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова, тематична, проблемна); лабораторні заняття (презентація, тренажерні завдання, моделювання ситуацій, робота в малих групах; індивідуальний проект з використанням спеціального програмного забезпечення Typeform, Similarweb, Piktochart, MaiChimp).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка підготовленого проекту та звіту з виконання завдань, презентації, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. Назва. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Янковець Т.М., доц., канд. екон. наук., доц. каф. маркетингу.

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

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

Зміст. Сутність інтернет-маркетингу. E-commerce, PPC, SEO, SERM, SMM. Таргетинг. Ремаркетинг. Формування бюджету інтернет-маркетингу. Веб-аналітика.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Навчальний посібник для підготовки до іспитів Google AdWords «Основи». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://blorax.com/wp-content/uploads/2015/03/Posibnyk_AdWords_Osnovy.pdf
2. Воронюк А. Актуальний інтернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через интернет / А. Воронюк, А. Полищук. – К. : Агентство ІРІО, 2018. — 160 с. : ил.
3. Захарченко, А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник / А.П. Захарченко. – Тернопіль : Крок, 2014. – 198 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.16. Назва. КОНФЛІКТОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. І-ІІІ.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ванюшина О.Ф., доц., канд. філософ. наук, доц. каф. психології.

Результати навчання. Студенти повинні знати: характерні особливості ділового спілкування: форми, стилі, норми та засоби; види психологічних впливів та способи протидії їм; тактики і техніки аргументації у діловому спілкуванні; особливості інтерпретації невербальної комунікації; організаційні аспекти проведення дискусії; етапи, стратегії і тактики переговорного процесу; механізми запобігання та розв'язання конфліктів; уміти: застосовувати технології стратегій і тактик у переговорному процесі; організувати та проводити дискусії; аргументувати власну позицію; інтерпретувати

зміст повідомлень, отриманих за допомогою каналів невербальної комунікації; запобігати виникненню конфліктів та конструктивно їх розв'язувати.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Спілкування як психологічний чинник розвитку людства. Психологічні характеристики ділового спілкування. Комунікативні бар'єри та деструктивне спілкування. Особливості різних видів ділового спілкування. Конфліктологія та психологія переговорного процесу. Психологія дискусії. Керівник як суб'єкт спілкування. Причини, наслідки та способи управління конфліктами в організації. Передумови, способи попередження та розв'язання конфліктів в сфері управління. Технологія управління конфліктами. Діяльність керівника з урегулювання конфліктами в організаціях.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси, засоби

1. Корольчук М.С. Психологія: схеми, опорні конспекти, методики/ М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, В.М. Марченко. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2015. – 320 с.
2. Психологія спілкування: навч. посібник / За редакцією Л.О. Савенкової. – К. : КНЕУ, 2011. – 319 с.
3. Філоненко М.М. Психологія спілкування / М.М. Філоненко. - К. : Центр учбової літератури, 2010. – 224 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, відео-кейси).

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.

4.17. Назва. ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ванюшина О.Ф., доц., канд. філософ. наук, доц. каф. психології.

Результати навчання. Знати про соціально-психологічну проблематику явища іміджу, найбільш прогресивні методи сучасної соціально-психологічної науки, у тому числі теорії когнітивного дисонансу, соціального впливу, навчання, діяльності, соціального пізнання, психологічну природу іміджу, принципи, напрями, методи та способи його формування, основні підходи до психології іміджу, основні чинники, які впливають на процес формування іміджу, загальну психологічну характеристику, структуру і розвиток іміджу сучасного фахівця, психологічні характеристики і властивості різних видів іміджу, особливості функціонування іміджу у сучасному суспільстві тощо.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Соціально-психологічна природа іміджу. Типологія іміджу, його види. Іміджелогія. Імідж як результат суб'єкт-суб'єктної взаємодії. Імідж як символічний образ. Психологічний інструментарій для формування іміджу. Провідні вимоги до іміджу. Технології формування іміджу. Принципи створення позитивного іміджу. Етапи створення іміджу ділової людини. Теорії мотивації. Імідж у системі індивідуальної поведінки і соціального впливу. Структура та особливості індивідуального іміджу. Соціальні ефекти сприйняття іміджу. Груповий, корпоративний і предметний імідж. Створення вербального та кінетичного іміджу. Керування процесом формування першого враження. Самоменеджмент – стратегія формування ділового іміджу. Керування стресом і успіх у діяльності. Гігієна здоров'я і профілактика стомлюваності ділової людини. Технології просування особистісного іміджу. Позичування особистісного іміджу. Паблік рилейшнз (PR-діяльність). Форми і види комунікативних презентацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби:

1. Корнієнко В.О. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія / В.О. Корнієнко, С.Г. Денисюк. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2010. – 145 с.
2. Рожнятковська І. М. Імідж школи / І. М. Рожнятківська. – К. : Шк. світ, 2011. –120 с.
3. Шавкун І.Г. Формування іміджу організації : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» / І.Г. Шавкун, Я.С. Дибчинська. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 111 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), дистанційне навчання.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.18. Назва. ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО ТА БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, науковий ступінь, посада. Литвин Н.М., доц., канд. істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Ознайомлення студентів з теоретичними основами документознавства, архівознавства, бібліотекознавства, з практикою їх пошуку і використання.

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

Зміст. Документознавство як наукова дисципліна. Становлення та етапи розвитку документознавства як науки. Питання пошуку архівних документів (архівознавство). Основи бібліотекознавства. Бібліотечна справа. Бібліотека як соціальний інститут. Історичне джерелознавство. Акти державного законодавства. Документи адміністративних органів. Офіційні дипломатичні документи. Документи політичних партій і масових суспільних організацій. Періодичні матеріали. Мемуарні джерела (спогади і щоденники). Епістолярні матеріали (особисте листування). Матеріали соціально-економічної статистики. Листівки, прокламації, політичні афіші. Судово-слідчі матеріали. Аудіовізуальні документи.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Діловодство й архівна справа. Національний стандарт України. Терміни та визначення понять. ДСТУ 2732:2004. – К. : Держспоживстандарт України, 2009. - 33 с.

2. Апшай М.В. Бібліотечна діяльність в структурі регіональних бібліотекознавчих досліджень / М.В. Апшай // Вісник ХДАК : зб. наук. пр. – Вип. 39 – Х., 2013. – С. 101-109.
3. Українське книговидання і книгорозповсюдження потребують державної підтримки : [про парлам. слухання «Проблеми розвитку українського книговидавництва і книгорозповсюдження та перспективи підтримки книгочитання в Україні», 15 трав. 2013 р.] // Вісн. Книжк. палати. – 2013.

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.

4.19. Назва. КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федулова Л.І., проф., д-р екон. наук, проф. каф. менеджменту, Підкамінний І.М., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців сучасного світогляду щодо генезису бізнес-організацій шляхом розвитку їх інноваційного мислення, набуття професійних креативних компетенцій з метою досягнення ефективного функціонування та інноваційного розвитку організації.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Креативний менеджмент як наука і вид управлінської діяльності. Креативність як інструмент формування людського та інтелектуального капіталу підприємства. Творчий потенціал процес особистості та його оцінювання. Джерела виникнення креативних ідей на підприємстві. Методи психологічної активізації мислення і розширення уяви. Методи спрямованого пошуку ідей. Критерії вибору методів генерування ідей. Оцінка результативності роботи креативної команди. Методи колективного генерування ідей та їх застосування. Управління креативною організацією. Мотивація креативності

персоналу. Підходи до креативного навчання персоналу. Керівник організації як лідер креативного менеджменту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Божидарнік Т. В. Креативний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Т.В. Божидарнік, Н.М. Василик. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. – 496 с.
2. Довгань, Л. Є. Креативний менеджмент : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Л. Є. Довгань, Н. І. Ситник. – Київ : НТУУ «КПІ» : ВД «Вініченко», 2014. – 248 с.
3. Свидрук І.І. Креативний менеджмент. Навч. посіб. / І.І. Свидрук. – Вищ. навч. закл. «Львів. комерц. акад.». – К. : ЦУЛ, 2016. – 224 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, кейс-стаді, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, обговорення ситуаційних вправ, вирішення практичних задач, захист індивідуальних та групових проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.20. Назва. КРОСКУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Деєва Н.Е., проф., д-р екон. наук, проф. каф. менеджменту, Білявська Ю.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців системи теоретичних знань та набуття практичних вмінь і навичок щодо побудови ефективної системи кроскультурного менеджменту на підприємствах в умовах глобалізаційних процесів їх функціонування та розвитку.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Культура у міжнародних ділових відносинах. Поняття культури. Класифікація моделей культур. Визначення та предмет

кроскультурного менеджменту. Історія виникнення кроскультурного менеджменту. Методи дослідження. Симптоми та причини кроскультурного шоку. Фази та подолання кроскультурного шоку. Цінності, поведінка, ставлення: міжкультурна розмаїтість. Проблеми міжкультурного спілкування. Розуміння повідомлень у різних культурах. Культурні розбіжності в стилі управління. Культурні параметри виробничих відносин. Вплив національної культури на організаційні відносини. Культурні параметри організаційної поведінки. Культурні архетипи організацій. Стратегії розпізнавання культури організації. Стратегії управління культурним різноманіттям. Теорії мотивації та їх кроскультурний аспект. Ставлення до роботи в різних культурах. Теорія мотивації в багатокультурному середовищі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Холден Найджел Дж. Кроскультурний менеджмент. Концепція когнитивного менеджмента: учеб. пособие / Н. Дж. Холден; пер. с англ. под ред. проф. Б.Л.Ерємина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 384 с.
2. Critical Issues in Cross Cultural Management / Jessica L. Wildman, Richard L. Griffith, Brigitte K. Armon / Springer, 2016. – 190 p.
3. Cross-Cultural Management in Practice: Culture and Negotiated Meanings / Henriett Primecz, Laurence Romani, S. Sackmann. / Edward Elgar Publishing, 2011. – 192 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Проблемні лекції, практичні заняття, які передбачають розв'язання ситуаційних завдань, аналіз конкретних ситуацій, вирішення практичних завдань.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, обговорення ситуаційних вправ, вирішення практичних задач, захист індивідуальних та групових проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.21. Назва. ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гусєва Н.Ю., доц., канд. істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування у студентів системних знань про функціонування політичних комунікацій у сучасному суспільстві, про інформаційно-комунікаційну природу політичної діяльності, політичні функції ЗМІ, відносини між політикою та мас-медіа, про своєрідність технологій політичних комунікацій та методи їх аналізу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Соціологія».

Зміст. Політична комунікація як суспільно-політичне явище. Роль ЗМІ у функціонуванні політичних комунікацій. «Електронна демократія» як комп'ютеро-опосередкована форма політичних комунікацій. Стратегічні політико-комунікативні кампанії агітаційно-пропагандистського типу. Стратегічні політико-комунікативні кампанії маркетингового типу. Формальні та неформальні політичні комунікації. Розвиток політичних комунікацій в Україні.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання: навч. посіб. / О. Д. Бойко. – К. : Академвидав, 2010. – 432 с.
2. Денисюк С.Г. Культурологічні виміри політичної комунікації: монографія / С.Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 392 с.
3. Денисюк С.Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія/ С.Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 276 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, семінарські, тестові завдання.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.22. Назва. ЕЛЕКТРОННЕ ВРЯДУВАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2020/2021, 2021/2022.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ільїна А.О., канд. екон. наук, доц. каф. публічного управління та адміністрування.

Результати навчання. Знання основ сучасної теорії та практики державного управління методами електронного урядування, формування компетентностей щодо використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в органах державної влади та місцевого самоврядування.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Державне управління та місцеве самоврядування».

Зміст. Концептуальні засади електронного урядування. Електронна демократія та електронна держава. Інструменти електронної участі громадян. Електронні послуги. Електронні довірчі послуги та електронна ідентифікація. Відкриті дані. Електронний документообіг та робота з електронними документами. Інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура електронного урядування. Електронне урядування базовими галузями та підтримка пріоритетних реформ. Оцінювання розвитку інформаційного суспільства та електронного урядування. Ефективність управління розвитком електронного урядування.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Дубова С.В. Електронне урядування / С.В. Дубова. — К.: Центр навчальної літератури, 2017. - 144 с.
2. Електронне урядування = Electronic governance: підручник / [А. І. Семенченко та ін.; за заг. ред. Н. В. Грицяк, А. І. Семенченка]; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - Київ : НАДУ, 2016. - 128 с.
3. Електронне урядування: опор. конспект лекцій / Дзюба С.В., Жияєв І.Б., Полумієнко С. К, Рубан І. А., Семенченко А.І., за ред. А.І. Семенченка. – Київ, 2012. – 266 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); застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, кейс-стаді, ділові гри, індивідуальні завдання, модульні контрольні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВСТУП	2
1. Загальна інформація.....	3
1.1. Назва та адреса.....	3
1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус).	3
1.3. Академічні органи.	6
1.4. Академічний календар.....	6
1.5. Перелік запропонованих освітніх програм.....	7
1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації.....	11
1.7. Механізми для визначення кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального).....	11
1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка).....	11
1.9. Механізми академічного управління.....	11
2. Ресурси та послуги.....	12
2.1. Відділ обліку студентів.....	12
2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання.....	12
2.3. Харчування.....	13
2.4. Вартість проживання.....	13
2.5. Фінансова підтримка для студентів.	14
2.6. Медичні послуги.....	15
2.7. Страхування.	15
2.8. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами.	16
2.9. Навчальне обладнання.....	16
2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами.....	20
2.11. Обов'язкові та вибіркові «вікна мобільності».....	23
2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього).....	23
2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.....	23
2.14. Мовні курси.....	25
2.15. Можливості для проходження практики.....	25
2.16. Навчання на робочому місці.....	27
2.17. Умови для занять спортом і відпочинку.....	27
2.18. Студентські організації.....	28
3. Освітня програма.....	30
4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни).....	42

Назва.

Тип (обов'язкова/за вибором).

Рік навчання.

Семестр.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада

Результати навчання.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.

Зміст

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.
Методи оцінювання.
Мова навчання та викладання.