

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

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ
Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

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

Київ 2021

ВСТУП

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

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

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

Обсяг одного кредиту ЄКТС становить 30 годин.

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

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

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

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

Довідник з розподілу оцінок КНТЕУ

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

1. Загальна інформація

1.1. Назва та адреса

Київський національний торговельно-економічний університет

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

Телефон (044) 5313173, (044) 5314741

Електронна пошта knute@knute.edu.ua

Офіційний сайт <http://knute.edu.ua/>

1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус)

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

Університет займає лідируючі позиції в системі національної вищої освіти. У 2020 р. університетом збережено високі показники якості освітньої діяльності та закріплено лідируючі позиції у системі національної вищої освіти. Згідно з підсумками вступної кампанії університет за результатами оприлюдненого МОН рейтингу за кількістю поданих заяв (40 818 заяв) зберіг лідерські позиції серед провідних освітніх закладів України, увійшовши до преміум-п'ятірки найпопулярніших ЗВО України серед вступників.

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 40 тис. студентів, з них майже 18 тис. – у базовому закладі за 24 бакалаврськими та 17 магістерськими спеціальностями, 57 бакалаврськими (з них 2 англійською мовою викладання) та 57 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 й оподаткування, фінансового контролю

та аудиту, менеджменту, маркетингу, журналістики, права, міжнародного права, туризму, готельного і ресторанного бізнесу, харчових технологій, психології, філології, соціології та ІТ-галузі: кібербезпеки, інженерії програмного забезпечення, комп'ютерних наук, системного аналізу.

У закладі вищої освіти створено сучасну базу для науково-дослідної роботи, розроблено унікальну методику для підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів: підготовка здійснюється за 8 науковими програмами доктора наук та 15 освітньо-науковими програми доктора філософії, працюють 6 спеціалізованих вчених рад із захисту докторських та кандидатських дисертацій із 11 спеціальностей.

Університет 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 в наукових журналах «Вісник КНТЕУ», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», міжнародному науково-практичному журналі «Товари і ринки».

Частка докторів наук у 2020 р. у загальній чисельності науково-педагогічних працівників становила 17,6 %, кандидатів наук – 59,6 %, тобто частка працівників з науковим ступенем становила 77,2 %. Фахівці КНТЕУ беруть активну участь у розробленні стратегічних напрямів забезпечення якості освіти, залученні до ряду 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, Система дистанційного навчання, Центр підготовки до ЗНО, Підготовче відділення для іноземців та осіб без громадянства, Центр розвитку кар'єри, Центр трансферу технологій, Центр тестування та моніторингу знань, Центр проф-орієнтаційної роботи, Центр педагогічних та психологічних досліджень, Вища школа педагогічної майстерності, Центр укладання договорів, Навчально-виробниче об'єднання, Культурно-мистецький центр, Навчально-методичний відділ, Навчальний відділ, Бізнес-інкубатор, Навчально-науковий центр бізнес-симуляції, Науково-технічний центр сертифікації продукції, послуг та систем якості. На базі університету працює юридична клініка «Центр правового захисту», що надає безкоштовну правову допомогу, а також освітньо-консультативний центр медіації, що надає допомогу студентам Університету

та іншим особам у врегулюванні спорів шляхом організації і проведення процедури 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 МВА, другої вищої освіти, перепідготовки та підвищення кваліфікації).

Вперше серед ЗВО України Система управління якістю КНТЕУ сертифікована на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Гармонійною її складовою є система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.

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

Однією із вагомих переваг КНТЕУ є матеріально-технічна база європейського рівня. Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, лабораторії – необхідним устаткуванням. Загалом в університеті налічується 60 комп'ютерних кабінетів. У бібліотеці університету функціонують: SMART-бібліотека; VR-студія; зала Bibliometrics; зала віртуальної реальності; зала відеоконференцій та вебінарів; зона «Cybersport»; коворкінг «KNUTENUB», а також до послуг користувачів – 11 читальних залів з фондами відкритого доступу. Фонди бібліотеки, які складають близько 1 млн примірників (видання державною мовою складають 527672 примірники) є універсальною базою для освітнього процесу та наукових досліджень.

SMART-бібліотека – це новий бібліотечний простір, інтегрований в інформаційно-освітній простір університету, який забезпечує якісне інформаційне супроводження навчальної та науково-дослідної діяльності. SMART-бібліотека умовно поділена на 4 зони: зона віртуальної реальності з окулярами VROculusGo та шоломом VRHTCVive; друга зона SMART-бібліотеки призначена для проведення презентацій, тут встановлена плазмова панель та є м'які пуфи для перегляду на великому екрані групових проєктів; третя – інтерактивна зона, де розміщена інтерактивна стіна smartwall – це унікальне рішення, що дозволяє управляти необмеженою кількістю інформації на великих поверхнях; четверта зона SMART-бібліотеки – «клуб» настільних ігор для студентів.

Працює унікальна VR-студія з окулярами віртуальної реальності OculusGo та Smart-wall, облаштовано локацію, що слугує відео студією

для блогерів та запису інтерв'ю. Зала віртуальної реальності призначена для групових практичних занять студентів, в якій використовуються окуляри віртуальної реальності для демонстрації навчального контенту, створеного за допомогою технологій віртуальної реальності з метою підвищення ефективності засвоєння матеріалу студентами.

Зала Bibliometrics забезпечує доступ до повнотекстових електронних ресурсів, бібліографічних баз даних, наукометричних дослідницьких платформ: EBSCO, SCOPUS, WEBOFSCIENCE тощо. Мережеві локальні ресурси (навчально-методичні видання) становлять 5141 примірник. У залі відкрито вільний доступ до WEB-сайтів вітчизняних та зарубіжних бібліотек, електронних інформаційних ресурсів України та світу, міжнародних проєктів.

На першому поверсі бібліотеки для відпочинку студентів створено зону настільного футболу, на 4 поверсі встановлені великі шахи та шашки. Працюють оновлені читальні зали з фондами відкритого доступу, зона Cybersport, де створено умови для тренувань кіберспортсменів.

Усі зали бібліотеки оснащено QR-кодами з інформацією про конкретні бібліотечні послуги, які надає певний зал читачам.

Коворкінг KNUTEHUB відкриває свої двері для всіх, кому потрібно комфортне та затишне робоче місце для продуктивної праці, навчання, зустрічей, пошуку нових ідей, проведення переговорів, презентацій, круглих столів та майстер-класів. Ідея коворкінгу реалізувалася в переобладнанні одного із читальних залів у сучасне комфортне приміщення, яке об'єднує 6 різних зон – 3 робочі зони, залу відпочинку, конференц-зал та зону для переговорів. Локація для зустрічей дозволяє проводити презентації, лекції та майстер-класи для 70 учасників.

Також у цьому році відкрита нова зона коворкінгу – PhygitalHub. Він поділений на кілька робочих зон: зона Artspace, що призначена для проведення творчих заходів та генерації ідей; зона Mediationroom, де студенти можуть вирішувати суперечки поза судовими засобами, вчитися мистецтву переговорів та тонкощам дипломатії; а також головна зала хабу, особливістю якої є так зване зоряне небо (неонове сузір'я Великої та Малої Ведмедиці). Зали коворкінгу оснащені всім необхідним для комфортного навчання та відпочинку.

Для студентства створені сприятливі соціально-побутові умови: 6 гуртожитків, 6 кафетеріїв та 4 їдальні, 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 співпрацю у сфері підготовки фахівців 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, Національним банком України, провідними комерційними банками, торговельними та готельно-ресторанними мережами, рекламними агентствами, логістично-розподільчими центрами та іншими організаціями й 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 фахівців, студенти проходять практику у 6 зарубіжних країнах.

Університет – член престижних міжнародних організацій: Європейського центру публічного права, Великої хартії університетів, Університетського агентства франкофонії, Міжнародного товариства товарознавців і технологів, Всесвітньої організації кулінарних союзів, Європейської академії ритейлу, Світової асоціації відпочинку та рекреації.

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	Ректор, доктор економічних наук, професор, академік
Анатолій	Національної академії педагогічних наук України,
Антонович	заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки
Притульська	Перший проректор з науково-педагогічної роботи,
Наталія	доктор технічних наук, професор

Володимирівна

Мельниченко Світлана Проректор з наукової роботи, доктор економічних наук, професор

Володимирівна

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		
02 Культура і мистецтво		022 Дизайн	Дизайн		
03 Гуманітарні науки		035 Філологія	Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська		
05 Соціальні та поведінкові науки	051 Економіка	051 Економіка	Цифрова економіка (Digitaleconomics)	051 Економіка	Цифрова економіка (Digitaleconomics)
			Міжнародна економіка		Міжнародна економіка
			Internationaleconomics – англійська		Internationaleconomics – англійська
			Економіка бізнесу		Економіка та безпека бізнесу
			Економіка торгівлі		Фінансовий менеджмент
Економіка	Financialmana				

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень		
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація	
			галузових ринків		gement – англomовна	
			Агробізнес		Агробізнес	
		052 Політологія	Політологія міжнародних відносин			
	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	
			Digital аудит та аналіз		Облік і податковий консалтинг	
			Фінансовий контроль та аудит		Фінансовий контроль та аудит	
	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		Financialintermediation – англomовна
				Корпоративні фінанси		Страховий менеджмент
Міжнародні фінанси	Корпоративні фінанси					
073 Менеджмент	073 Менеджмент	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	073 Менеджмент	Фінансове брокерство	
					Фінансові технології в бізнесі	
					Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності	

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
			Management of foreign economic activities – англomовна		Management of foreign economic activities – англomовна
			Міжнародний менеджмент		Міжнародний менеджмент
			Управління бізнесом		Управління бізнесом
			Торговельний менеджмент (Trade management)		Торговельний менеджмент
			Менеджмент персоналу (HR management)		Trademanagement – англomовна
			Промисловий менеджмент (Industrial management)		Менеджмент персоналу (HRmanagement)
			Готельний і ресторанный менеджмент		Готельний і ресторанный менеджмент
			Туристичний менеджмент		HotelandRestaurantmanagement – англomовна
					Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент
					Touristand resort-recreational management – англomовна
					Лакшери менеджмент (LuxuryManagement)
					Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація
			Менеджмент антимонopolної діяльності		Менеджмент антимонopolної діяльності
	075 Маркетинг	075 Маркетинг	Маркетинг	075 Маркетинг	Маркетинг менеджмент (Marketing management)
			Рекламний бізнес		Рекламний бізнес

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
					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
			Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі		Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі
			Митна справа		Митна справа
					Customs – англomовна
			Логістична діяльність		Логістика та управління ланцюгами постачання
			Категорійний менеджмент у ритейлі (CatManagement)		Категорійний менеджмент у ритейлі (CatManagement)
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	–	–

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація (DataScience)	Спеціальність	Спеціалізація
	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	Крафтові технології
			Ресторанні технології та фуд дизайн		
23 Соціальна робота		232 Соціальне забезпечення	Соціальне забезпечення		
24 Сфера обслуговування	241 Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельний р
					есторанний девелопмент
					Ресторанні технології та бізнес
					Міжнародний готельний бізнес
					International hotel business – англомовна
	242 Туризм	242 Туризм	Міжнародний туризм	242 Туризм	Міжнародний туристичний бізнес
			International tourism – англомовна		
			Економіка і організація туризму		
			Цифровий туризм		
					International tourist business – англомовна
					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		
			Міжнародний маркетинг		
		293 Міжнародне	Міжнародне право	293 Міжнародне	Міжнародне право

Шифр та найменування галузі знань	Початковий рівень (короткий цикл)	Перший (бакалаврський) рівень		Другий (магістерський) рівень	
		Спеціальність	Спеціалізація	Спеціальність	Спеціалізація
		право		право	

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

Інформація щодо умов прийому на навчання за освітнім ступенем «бакалавр», «молодший бакалавр» та «магістр» розміщена на сайті Київського національного торговельно-економічного університету <https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=38909>

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 здобув поза місцем основного навчання, що є компонентами освітньої програми.

1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка)

Розподіл кредитів ЄКТС ґрунтується на офіційній тривалості циклу програми навчання та визначається навчальним планом. КНТЕУ розподіляє кредити між навчальними дисциплінами самостійно. Кредити розподіляються на всі дисципліни, 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 (проектів) 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 випускню 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) прийом студентів пільгової категорії.

2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання

На території студентського містечка є чотири студентських 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: вулиця 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 відділу організаційно-виховної роботи та інформаційного забезпечення. Між університетом і студентом укладається контракт на право проживання студента в гуртожитку, в якому встановлені права й обов'язки мешканців та відповідальність обох сторін.

Адреси гуртожитків:

- № 1 – вул. Д. Мілютенка, 8, м. Київ, 02156; тел. (044) 5314905, (044) 5314967;
- № 2 – вул. Д. Мілютенка, 6, м. Київ, 02156; тел. (044) 5314891, 5193741, 5131182;
- № 3 – вул. М. Матеюка, 2, м. Київ, 02156; тел. (044) 5314928, 5131332;
- № 4 – вул. М. Матеюка, 2-а, м. Київ, 02156; тел. (044) 5314762, 5314799.
- № 6 – вул. Лобачевського, 23, м. Київ, 02090; тел. (044) 5741546, 5741683

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 в їдальні університету становить від 30 до 40 грн; обіду – від 50 до 60 грн; вечері – від 35 до 45 грн.

Щодня в усіх навчальних корпусах та гуртожитках працюють кафе, де також можна придбати страви власного виробництва: основні страви (понад 100 видів), гарніри (більше як 60 видів), холодні страви (понад 60 видів), холодні та гарячі напої, свіжі кондитерські вироби

та десерти, вироблені у власному кондитерському цеху (більше як 100 видів). У навчальних корпусах, гуртожитках працюють 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 Університету.

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

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

Призначення і виплата стипендії студентам, які є іноземними громадянами та особам без громадянства, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України та діючих 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 в мінімальному розмірі.

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

Студентам пільгових категорій, визначених нормативно-правовими актами України (студентам з числа дітей-сиріт та дітей,

позбавлених батьківського піклування, студентам з інвалідністю, студентам з малозабезпечених сімей, постраждалим від аварії на ЧАЕС, учасникам бойових дій та їх дітям, внутрішньо переміщеним особам, студентам, які постійно проживають на лінії зіткнення тощо) призначаються соціальні стипендії.

Розмір академічних та соціальних стипендій встановлюється Кабінетом Міністрів України.

2.5.1. 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 їх діти, внутрішньо переміщені особи, студенти з інвалідністю тощо) мають право на першочергове поселення до гуртожитків.

Студенти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасники бойових дій, особи з інвалідністю 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 інвалідністю 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).

2.5.2. 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

Студенти університету, що потребують медичної допомоги, мають право заключити Декларацію на медичне обслуговування з бажаним сімейним лікарем. Зокрема, можна обрати лікаря з широкого переліку професіоналів, відштовхуючих від територіальних показників, оскільки вибір сімейних лікарів у Деснянському районі м. Києва достатньо великий, а також є можливість заключити декларацію у КНП «Київська міська студентська поліклініка» за адресою: вул. Політехнічна, 25/29, або ж у державних, приватних лікарнях чи інших медичних закладах м. Києва.

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 страховими компаніями України.

Медична допомога надається студентам за направленням сімейного лікаря. Екстрену медичну допомогу надають безоплатно, без будь-яких попередніх умов. Для отримання екстреної допомоги Декларація студентам не потрібна.

2.7. Страхування

Медична допомога надається іноземцям або особам без громадянства відповідно до вимог, установлених законодавством України.

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

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

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

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

2.8. Умови для студентів з обмеженими та особливими потребами

У Київському національному торговельно-економічному університеті організація навчального 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 покращення.

Протягом звітнього періоду в університеті навчається 62 особи з особливими освітніми потребами (з них жінок – 33, чоловіків – 29).

Студенти з інвалідністю (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 інвалідністю 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, Л, актові зали (конгрес-центр), гуртожитки № 2, № 4 та № 7 обладнані 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 розши-

рення 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 з основних інформаційних ресурсів бібліотеки КНТЕУ, який становить близько 1 млн примірників книг, періодичних видань, дисертацій та авторефератів, навчально-методичних матеріалів, видань на електронних носіях. Щорічне поповнення фондів бібліотеки становить понад 6000 примірників книг, періодичних видань України та зарубіжних країн – понад 100 найменувань.

Бібліотека має сучасну матеріально-технічну базу: встановлено 75 комп'ютерів та 3 потужні сервери, шолом віртуальної реальності HTC Vive, окуляри VROculusGo – 18 шт., плазмова панель – 5 шт., Smart-wall – 2 шт., портативний рекордер та стельова акустична система для залу відеоконференцій. В бібліотеці створено необхідні умови для ефективного обслуговування користувачів, організації фондів документів, електронних каталогів, виставок документів. Вся площа бібліотеки має якісне покриття Wi-Fi.

До послуг користувачів бібліотеки – 11 читальних залів із фондами відкритого доступу, 7 абонементів, зала Bibliometrics (повнотекстові електронні ресурси), SMART-бібліотека, унікальна VR-студія, зала віртуальної реальності, зона Cybersport, зала відеоконференцій та вебінарів, оновлені зали нових надходжень літератури та іноземних видань, МБА, фонд дисертацій та авторефератів, комфортні зони відпочинку з настільним футболем, шахами та шашками.

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

SMART-бібліотека – це відкритий простір, зонований для читання, проведення конференцій, лекцій, майстер-класів, презентацій використовуючи SMART-wall та плазмову панель. Облаштовані робочі місця з комп'ютерами, зона віртуальної реальності з шоломом віртуальної реальності HTC Vive та окулярами віртуальної реальності OculusGo. Для відпочинку та дозвілля зроблено 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.

Унікальна **VR-студія** оснащена окулярами віртуальної реальності OculusGo, комп'ютерами для індивідуальної роботи студентів. З метою виконання колективних завдань є SMART-wall з підключенням до всесвітньої мережі. Спеціально облаштовано «куточок», що слугує відеостудією для блогерів та запису інтерв'ю. Це особливо актуально для студентів, що вивчають журналістику та PR.

Зала відеоконференцій та вебінарів – це сучасна локація для проведення відеоконференцій, вебінарів у режимі реального часу, яка надає простір бібліотеки для комфортного задоволення інформаційних потреб користувачів. Зал оснащено сучасними меблями (столи та стільці), лазерним проектором з великим екраном, плазмовими панелями для демонстрації відео, бездротовим мікрофоном, вебкамерою та стельовою акустичною системою.

Зала віртуальної реальності призначена для групових практичних занять студентів із використанням окулярів віртуальної реальності для демонстрації навчального контенту, створеного за допомогою технологій віртуальної реальності з метою підвищення ефективності засвоєння матеріалу студентами. Залу оснащено окулярами віртуальної реальності **OculusGo** (10 шт.), плазмовим телевізором, комфортними геймерськими кріслами та столами. Студенти не лише опрацьовують навчальний матеріал, а співпрацюють, що забезпечує їм яскраві враження від заняття.

Зала Bibliometrics надає вільний доступ до повнотекстових та наукометричних баз даних у режимі онлайн. Містить базу даних електронних підручників, навчальних програм на електронних носіях, з можливістю копіювання та подальшого опрацювання знайденої інформації. Зала забезпечує доступ онлайн до фондів вітчизняних і зарубіжних бібліотек та таких баз даних:

- Реферативна база даних SCOPUS.
- Інформаційна дослідницька платформа WEBOFSCIENCE.
- Повнотекстові бази даних від видавничої компанії EBSCOPUBLISHING.
- ScienceDirect – політематична база даних повних текстів статей видавництва Elsevir.

- DOAB (Directory of Open Access Books) – директорія книг відкритого доступу.
- DOAJ (Directory of Open Access Journals) – каталог рецензованих наукових та академічних журналів з усіх галузей знань.
- Електронна бібліотека WILEY.
- Europeana- європейська цифрова бібліотека.
- EThOS (Electronic Theses Online Service) – наукові праці відкритих архівів британських університетів.
- Повнотекстова електронна база навчально-методичних матеріалів КНТЕУ.
- Нормативні акти України – База законодавчих та нормативних актів України.
- Відкриті Архіви України.

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

На сайті бібліотеки КНТЕУ (www.lib.knute.edu.ua) представлена повна інформація про бібліотеку, фонди та послуги, електронний каталог та інші електронні ресурси (наукометричні, бібліографічні, повнотекстові бази даних). Читачеві доступні 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 літератури та надсилання їх на власну електронну адресу можна здійснювати з мобільних пристроїв (смартфонів та планшетів з операційною системою Android) за допомогою мобільного додатку.

Впровадження нових інформаційних технологій дає змогу бібліотеці значно розширити інформаційне забезпечення користувачів, що удосконалює якість навчального процесу. Співпраця зі структурними підрозділами КНТЕУ (факультети, кафедри, наукові та службові відділи) завдяки адресному інформуванню про нові надходження за допомогою особистого кабінету користувача корпоративної програми

Office 365 поліпшить використання бібліотечних фондів та інформаційних ресурсів. Універсальний 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.

2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами

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

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 уКНТЕУ
	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/C1, – 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 уКНТЕУ
	Master (магістр)	Менеджмент Маркетинг Фінанси	1–2 роки		Французька, англійська	Знання французької / англійської мови, рівень B2/C1, диплом бакалавра
Бізнес-школа «Audencia» Нант, Франція	Master (магістр)	Менеджмент	1,5 року	Очна	Французька, англійська	Знання французької / англійської мови, рівень B2, диплом бакалавра

Продовження таблиці

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
	Літня та зимова спеціалізовані школи з економіки та менеджменту		Тематичні тижні на вибір	Очна	Англійська	– Знання англійської мови, – рівень B2, – щонайменше 2 роки навчання уКНТЕУ
Університет Гренобль Альпи <i>(Université Grenoble Alpes)</i> 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 уКНТЕУ
	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 <i>(University of Central Lancashire)</i> Школа мов, літератури та міжнародних досліджень Престон, Великобританія	Літня та зимова школи з вивчення англійської мови		Тематичні тижні на вибір	Очна	Англійська	– Знання англійської мови, – мінімальний рівень B1, – щонайменше 2 роки навчання уКНТЕУ
	Bachelor (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> Міжнародні бізнес-комунікації 	1 рік			– Знання англійської мови, – рівень B2/C1, – диплом бакалавра

Закінчення таблиці

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Знання німецької / англійської мови, рівень B2, диплом бакалавра

2.11. Обов'язкові чи вибіркові «вікна мобільності»

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

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

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

2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі

Університетом укладені договори про співробітництво між КНТЕУ та вищими навчальними закладами, 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
Великобританія	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
Люблянська школа бізнесу
Краківський економічний університет
Щецинський університет
Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт
Варненський економічний університет
Університет Західної Аттики
Університет економіки та менеджменту державного управління в Братиславі

2.14. Мовні курси

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

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

Контингент слухачів формується на початку навчального року. Записатися на програми вивчення іноземної мови можуть студенти та випускники усіх факультетів, а також викладачі та співробітники КНТЕУ. Вартість навчання залежить від рівня навчальної програми та кількості навчальних годин.

Випускники Центру європейської освіти, які оволоділи іноземною мовою рівнів В1-В2 мають можливість здавати екзамен на отримання міжнародних мовних сертифікатів (DELF-DALF, IELTS, ESOL) і взяти участь у різних формах міжнародної академічної мобільності в рамках угод про співробітництво з європейськими ЗВО – партнерами КНТЕУ.

За додатковою інформацією та для запису на курси іноземних мов звертатися до Центру європейської освіти – навчальний корпус Д, кімната 229, тел. (044) 5314836.

2.15. Можливості для проходження практики

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

Київський національний торговельно-економічний університет підтримує партнерські відносини більш ніж із **700 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 розвитку економіки, 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 України, Державна казначейська служба України; Рахункова палата України; Пенсійний фонд України; Державна аудиторська служба України; Державна митна служба України, Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України, Департамент фінансів КМДА, Печерська районна у м. Києві державна адміністрація, Деснянська районна у 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 агентство 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 інші.

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

Microsoft Україна, «EPAMSystems Україна», групою компаній «BGSSolutions», ТОВ «БЕЙКЕРТІЛЛІ Україна», ТОВ «Ернст ендЯнг», ТОВ «Консалтингова компанія «Голден Траст», ТОВ «Грант Торнтон Легіс», ТОВ «Крестон Джі Сі Джі Аудит», ТОВ «ТВІГА ГРУПА Україна», ТОВ «АС Нільсен Юкрейн», ТОВ «ХЕДХАНТЕР», ТОВ «Прем'єр Інтернешнл», ВАТ «Готель «Прем'єр Палац», «Президент-готель», ТОВ «ІНТЕР-ГОТЕЛЬ», ТОВ «11 МІРРОРСОТЕЛЬ», заміським клубом «Трипільське сонце», ТОВ «Інтерн»(готель «Опера»), ТОВ «ЮКА» (готель «Хрещатик»), ТОВ «ДБХотелзендрезортс (готель «RomadaEncoreKiev»), ПрАТ«Нові ІнжиніринговіТехнології» (готель «ХаяттРідженсі Київ»), ТОВ «Гранд менеджмент» (готель «Фермонт»), ТОВ «ХОТЕЛ ПРОПЕРТІ» (готель «Либідь»), ТОВ «РейкарцХотел Менеджмент», ТОВ «Тревелпрофешнл групп», ТОВ «МузенідісТревел Україна», ТОВ «Корал тревел», ТОВ «ДжоінАп», «TUI», ТОВ «Мережа Козирна Карта» ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ПАТ «Універмаг «Дитячий світ», ТОВ «Лореаль Україна», 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«КредіАгріколь 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:

– **Business2StudentsbyWatsons** – один із ключових проєктів у портфелі партнерської синергії КНТЕУ і бізнес-сектору. Вже кілька років поспіль проєкт працює для студентів та в інтересах студентів. В останньому навчально-практичному сезоні студенти вивчали тему комунікацій і PR. Проєкт Business2 Students має системний і водночас 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;

– **майстер-клас амбасадора «VORWERK Thermomix» Дубовецької Віталії шеф-кухаря Дуки Ольги**, на якому студенти освітнього ступеня «магістр» спеціальностей «Ресторанні технології та бізнес», «Інноваційні технології ресторанного бізнесу», «Готельний і ресторанний менеджмент», «Туристичний і курортно-рекреаційний менеджмент» разом зі стейкхолдерами відпрацьовували інноваційну технологію Thermomix. Під час майстер-класу студенти-магістри мали змогу самостійно моделювати, проєктувати нові рецептури страв оздоровчого, дієтичного, дитячого харчування відповідно до принципів технологічного інжинірингу харчових технологій, відпрацьовували технології SlowCook, Sousvide.

– **майстер-клас Віктора Тимчишина**, експерта з ресторанних технологій із 20-річним досвідом роботи, члена Українського кулінарного союзу, неодноразового переможця і судді міжнародних кулінарних змагань **на тему «Локальна рибна сировина: сучасний гастрономічний тренд ресторану»**. Спікер презентував студентам технологію страви сучасної української кухні–запечене в натуральній глині філе судака з лопухом та грибами зморшками подане із зеленим маслом на подушці із селерового пюре з восьминогом, прикрашене чорним чіпсом із тапіоки, ферментованим чорним часником та лимонною селерою. Пан Віктор поділився своїми креативними ідеями щодо використання локальних продуктів та технік їх обробки, особливостей застосування сучасних гаджетів у ресторанних технологіях, власного бачення модних трендів кулінарного дизайну ресторанних страв та сучасні вподобання гостей у ресторані.

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 КВННТЕУ за Кубок Ректора тощо.

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 «Atlibitum».

Для розвитку студентства та популяризації здорового способу життя на теренах університету на базі кафедри фізичної культури існують секції з настільного тенісу, фітнесу, волейболу (чоловічий, жіночий), плавання, бадмінтону, баскетболу, аеробіки, боксу, боді-фітнесу, футболу (чоловічого, жіночого), атлетичної гімнастики, легкої атлетики, боротьби, фізичної реабілітації та із загальної фізичної підготовки, перетягування канату та великий теніс, для забезпечення якого на території університету були збудовані сучасні тенісні корти, обладнані спеціалізованим покриттям. 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 в університеті насичене, багатогранне та різноманітне. В університеті на громадських засадах діють:

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

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

– студентські клуби – «Еко Клуб», дебатний клуб «PolemicUnion», філософський клуб «Фенікс», «Правничий клуб», підприємницький «YEPClub», «Бізнес Клуб», «Маркетинг», «SapLab», «H&SEServices», «ProgramClub», «TPOC», «Бухгалтерський клуб імені Лука Пачолі», «Клуб професійного бухгалтера», «Аудиторський клуб», «Спілка художників КЕТЕУ», «Європейський клуб», Всеукраїнський рух «Молодь за права споживачів», клуб хіміків «StartinScience», «Клуб кулінарів», 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 в соціальній мережі «Instagram» (https://www.instagram.com/knute_official/), Telegram каналі КНТЕУ (<https://t.me/knteu>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «YouTube» (<https://www.youtube.com/user/kyotostreet>) та студентському телебаченні «КНТЕУ-Live», 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 – 7 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	до 01 липня 2024 р.

програми	
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
<p>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.</p>	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p>Галузь знань 06 «Журналістика», спеціальність 061 «Журналістика», спеціалізація «Реклама»</p> <p>Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки – 13,5 кредитів ЄКТС; Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки – 31,5 кредитів ЄКТС, вибіркові компоненти – 24 кредитів ЄКТС, практична підготовка – 9 кредитів ЄКТС, атестація – 12 кредитів ЄКТС.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Прикладна освітньо-наукова орієнтація.</p> <p>Програма складається з дисциплін загальної, професійної та практичної підготовки.</p>
Освітній фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>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.</p> <p>Ключові слова: соціально-комунікаційні технології, рекламний креатив, цифрові рекламні технології, журналістське розслідування, журналістська творчість.</p>

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 экзамени «Положення про організацію освітнього процесу студентів» «Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів»
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність особи розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі журналістики та у сфері рекламної діяльності та/або у процесі навчання, що

	<p>передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог, а саме 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,</p>
<p>Загальні компетентності (ЗК)</p>	<p><i>ЗК 1. Уміння застосовувати знання на практиці.</i> <i>ЗК 2. Уміння спілкуватися з непрофесіоналами галузі.</i> <i>ЗК 3. Знання другої мови.</i> <i>ЗК 4. Навички роботи з ПК.</i> <i>ЗК 5. Дослідницькі уміння.</i> <i>ЗК 6. Здатність до самонавчання.</i> <i>ЗК 7. Здатність адаптуватися до нових умов та приймати рішення у складних і непередбачуваних ситуаціях.</i> <i>ЗК 8. Навички роботи з інформацією (уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел).</i> <i>ЗК 9. Здатність до ініціативності та генерування нових ідей (творчість).</i> <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> <i>ФК 2. Здатність розуміти феномен мовної комунікації та використовувати знання іноземної мови у професійному спілкуванні.</i> <i>ФК 3. Здатність розуміти процес створення журналістського продукту, генерувати нові ідеї щодо журналістського і рекламного контенту та</i></p>

	<p><i>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 бренда, виведення нового продукту на ринок, підвищення впізнаваності, стимулювання</i></p>

	<p><i>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,</p>

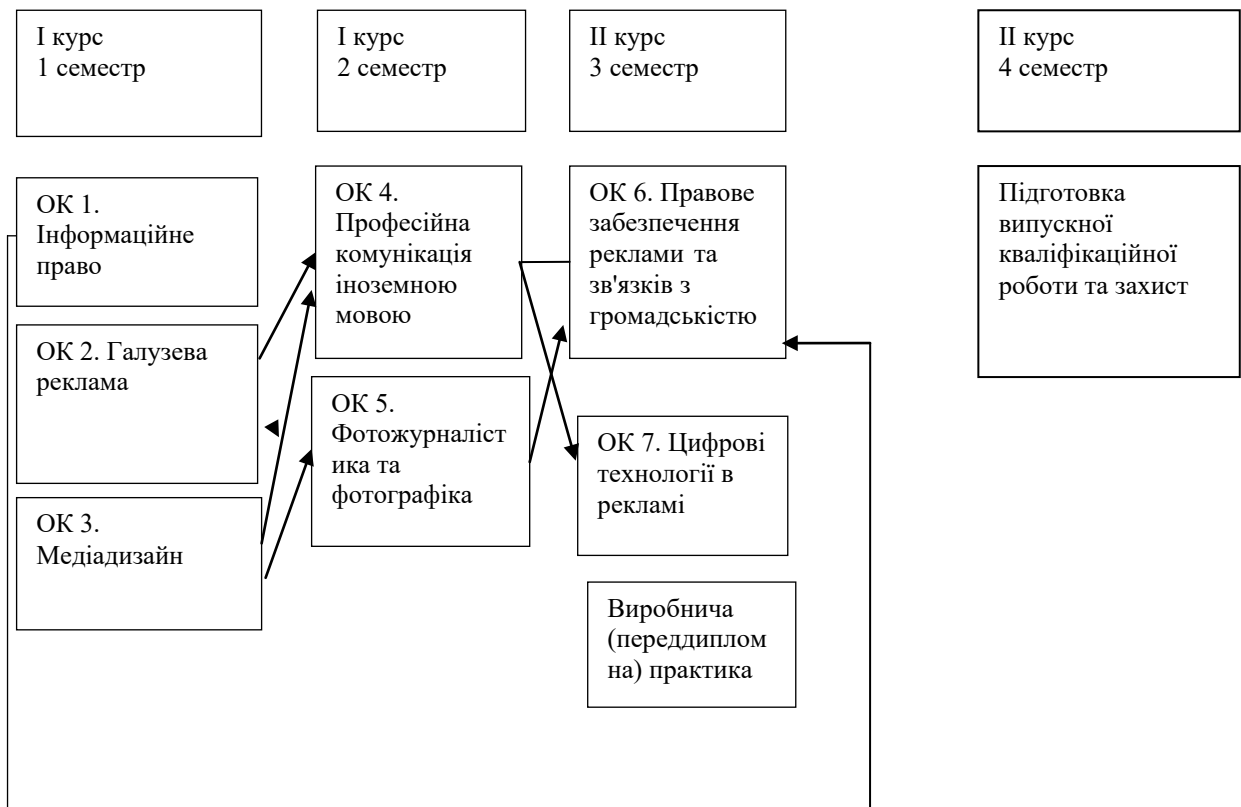
	спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти) Є офіційний веб-сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/ видавничча/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua . У відділі супроводу дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://dist.knute.edu.ua
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Дистанційна програма подвійного дипломування між КНТЕУ та Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція) для студентів всіх факультетів. Навчання проходить англійською або французькою мовами з можливістю виїзду на навчання на другий семестр до Університету Гренобль Альпи.
Міжнародна кредитна мобільність	КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з: 1. Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція). 2. Університет Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземні громадяни можуть навчатися у КНТЕУ: – 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	Галузева реклама	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	Креативний менеджмент	6
ВК 12	Кроскультурний менеджмент	6
ВК 13	Електронне врядування	6
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
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
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. 2021/2022.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тімашов В.О., доц., д-р. юрид. наук, проф. 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. Нашинець-Наумова А.Ю. Інформаційне право: навч. посіб. / А.Ю. Нашинець-Наумова.– К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2020. – 136 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. ГАЛУЗЕВА РЕКЛАМА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лісун Я.В., доц., канд. екон. наук, в.о. зав. каф. журналістики та реклами; Кияниця Є.О., доц., канд. наук із соц. комунік., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Застосовування набутих загальнонаукових та фундаментальних знань для розв'язання практичних завдань у сфері реклами.

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

Зміст. Еволюція рекламної діяльності. Сучасні тренди в рекламуванні товарів та послуг. Класифікація реклами за різними ознаками. Моделювання рекламних процесів для підприємств, що функціонують в різних сферах суспільного життя. Рекламне звернення як елемент рекламної комунікації. Ефективні рекламні технології для підприємств b to b сектору. Специфіка зв'язків з громадськістю для b to c сектору. Рекламна діяльність та рекламні технології в сфері торгівлі. Організація рекламування послуг у фінансовому секторі. Реклама підприємств та послуг соціокультурної сфери. Реклама в сфері шоу-бізнесу. Особливості політичної реклами. Особливості соціальної реклами. Рекламний інструментарій – ефективний для використання в усіх сферах суспільного життя.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія / Т.В. Дубовик. – Київ : КНТЕУ, 2014. – 331 с.
2. Крепак А.С. Медіапланування: навч. посіб. /А.С. Крепак. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 128 с.

3. Ромат Є.В. Основи реклами : навч. посіб. / Є.В. Ромат. – Київ : Студцентр, 2016. – 288 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Традиційні та інтерактивні методи навчання, такі як: «мозковий штурм»; case-study; континуум (оцінка ставлень та суджень з аргументацією та мотивацією власної позиції); «криголами» (вправи для поліпшення психологічного клімату в групі, підвищення самооцінки, розвитку емпатії); дебати (захист протилежних поглядів, розвиток уміння відстоювати свою позицію з повагою до опонента); тріади (обговорення проблеми двійками при наявності третього спостерігача, який забезпечує зворотній зв'язок).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування (підготовка презентацій та доповідей), тестування (on-line), вирішення ситуаційних завдань під час ділових ігор);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. МЕДІАДИЗАЙН.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Файвішенко Д.С., доц., д-р екон. наук, проф. 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.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. 2021/2022.

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. Тютченко Е. П. Англійська мова економічної конкуренції = An English Reader on Economic Competition : навч. посіб. / Е.П. Тютченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 90 с.
2. Колот Л. А. Англійська мова ділової кореспонденції = Advanced business english : навч. посіб. / Л. А. Колот, Л. В. Кушмар. – Вид. 3-тє, допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 228 с.
3. Зоценко Л.А. Practical Course of English Grammar: навч. посіб. / Л.А.Зоценко, Л.С. Орлик. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016 р. – 223 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. 2021/2022.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Брюханова Г.В., доц., 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. «Журналістика», «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. Балаклицький М. А. Зображальна журналістика : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / М. А. Балаклицький. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. – 84 с.

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. 2022/2023.

Семестр. III.

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

Результати навчання. Набуття юридичних знань рекламного законодавства, що комплексно акумулює рекламні правовідносини та їх державне регулювання; опанування теоретичного і нормативно-правового матеріалу, щодо правового регулювання рекламної діяльності; надання можливості студентам успішно розв'язувати юридичні завдання в сфері реклами; складання процесуальних документів щодо захисту прав суб'єктів рекламного ринку від недобросовісної реклами, договорів на створення та розповсюдження реклами, спираючись на норми законодавства.

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.

Ваксман Р. В. Рекламна діяльність: проблеми господарсько-правового забезпечення: монографія / Р.В. Ваксман. – Харків : Юрайт, 2014.–205 с.

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. 2022/2023.

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. Цифрові технології. Цифровий контент. Використання можливостей інтернету, мобільних, інших цифрових технологій для вирішення завдань маркетингу. AR/VR реклама, 3D-video mapping та гейміфікація. Створення цифрового візуального контенту засобами Spark AR.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. / Д. В. Яцюк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 296 с.
2. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник / А.П. Захарченко. – Тернопіль : Крок, 2014. – 198 с.
3. Cathy Hackl, Samantha G. Wolfe. Marketing. New Realities: An Introduction to Virtual Reality & Augmented Reality Marketing, Branding, & Communications : Meraki Press, 2017. – 140 p.

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. AUDIO & VIDEO PRODUCTION.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування можливостей логічного кадрювання 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. Терміносистема дисципліни та її елементи. Основні складові виробництва аудіо-та відео продукту (PreProduction; Production; PostProduction). Основи драматургії. Драматургічні жанри. Драматургічна структура. Основи сценарної майстерності. Основні засади створення сценарію. Вбудовування форм та образів в синопсис (розкадровку, логлайн, трітмент). Технології створення різних жанрових форм аудіо-відео контенту. Основи режисерської майстерності. Специфіка режисерської творчості, особливості рекламної режисури. Принципи обрання світла, звуку, анімації (мультиплікації). Основи монтажу, його види та принципи створення. Основні засади розміщення аудіо та відео продукту (хронометраж, об'єм, канали комунікацій). Документаційний супровід створення та розповсюдження аудіо-відео продукту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Вайно М.Е. Сценарна майстерність. Написання сценарію естрадно-масового театралізованого видовища : навч. посіб. / М.Е. Вайно, А.З.Житницький. –Івано- Франківськ : Місто-НВ, 2015. – 144 с.
2. Пацунов В.П. Експериментальна режисура : курс лекцій для студентів спеціалізації «Сценічне мистецтво» : навч. посіб./ В.П. Пацунов – Київ : КНУКіМ, 2017. – 100 с.
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, ситуаційні завдання (аналіз відео, зйомка відео); case-study; континуум (оцінка ставлень та суджень з аргументацією та мотивацією власної позиції); тріади (обговорення проблеми двійками при наявності третього спостерігача, який забезпечує зворотній зв'язок).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (підготовка домашніх робіт у вигляді аналізу існуючих аудіо-відео-продуктів, обґрунтування власно створених аудіо-відео-продуктів), тестування (on-line), вирішення ситуаційних завдань під час ділових ігор;
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, науковий ступінь, посада. Кармазінова В.Д., к.е.н., ст.викладач кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування системи теоретичних та практичних знань щодо аналізу маркетингової ситуації навколо конкретного бренда; розробки та прийняття управлінських рішень щодо формування, розвитку та підтримання бренда, а також здійснення контролю ефективності системи бренд-менеджменту.

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

Зміст. Поняття й сутність бренд-менеджменту. Бренд як об'єкт управління. Система управління розвитком бренда. Внутрішній (корпоративний) бренд менеджмент. Комунікації в брендменеджменті. Маркетингові технології в бренд-менеджменті.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

Файвішенко Д.С. Ринок мінеральної води: потенціал, конкуренція, управління брендом: монографія / Д.С. Файвішенко. – Київ: Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2020. – 436 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. ГАЛУЗЕВІ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

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. Ромат Є.В. 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, 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. Березенко В.В. Теорія та історія зв'язків з громадськістю : навч.-метод. посібник для здобувачів вищої освіти магістра спеціальності «Журналістика» освітньої програми «Зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 107 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.

4.11. Назва. ЖУРНАЛІСТСЬКА ТВОРЧИСТЬ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

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. Досенко А. Характеристики інтернет-журналістики. Комунікативні маркери: навчально-методичний посібник / А. Досенко, І. Погребняк. – Київ : Центр навчальної літератури, 2020. – 184 с.
2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.

3. Владимиров В.М. Вступ до журналістики : навч. посіб. / В.М. Владимиров.– Київ: НАУ, 2015. – 284 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.

4.12. Назва. ЖУРНАЛІСТСЬКЕ РОЗСЛІДУВАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

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. Кулик О.Д. Основи журналістики : навч. посіб. / О.Д. Кулик. – Переяслав-Хмельницький : Вид-во КСВ, 2014. – 152 с.

2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.
3. Досенко А. Інтернет-журналістика : комунікативні маркери / А.Досенко, І.Погребняк. – Київ : Центр навчальної літератури, 2020. – 184 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.

4.13. Назва. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

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. Актуальный интернет-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.

4.14. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування у студентів системи спеціальних теоретичних знань та практичних навичок з питань застосування та впровадження інформаційних систем в рекламній діяльності підприємства; освоєння основних методів і технологій застосування моніторингу й аналізу даних для реалізації і контролю проведення комунікаційних заходів.

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. Яцюк Д.В. Реклама в інтернеті : навч. посіб. / Д.В. Яцюк. – Київ : Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 296 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 навчання. 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; усне опитування; перевірка проєктів / ситуаційних завдань тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. Назва. КОНФЛІКТОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері особливості ділового спілкування.

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:

навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, В.М. Марченко. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2015. – 320 с.

2. Курова А.В. Психологія спілкування: навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти факультету психології, політології та соціології НУ «ОЮА») / А.В. Курова. – Одеса : Фенікс, 2020. – 79 с.

3. Філоненко М.М. Психологія спілкування: навч. посіб. / 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.

4.16. Назва. КРЕАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. 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.

4.17. Назва. КРОСКУЛЬТУРНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дєєва Н.Е., проф., д-р екон. наук, проф. 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. Тодорова Н. Ю. Кроскультурний менеджмент : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Н. Ю. Тодорова. – Донецьк : ДонНТУ– Режим доступу: http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/2021/1/CCM_Todorova.pdf
2. The Routledge Companion to Cross-Cultural Management / Nigel Holden, Snežina Michailova, Susanne Tietze / Routledge, 2015.– 457 p.
3. Tjosvold D. Cross-Cultural Management: Foundations and Future / D. Tjosvold. – London: Routledge, 2017. – 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 проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.18. Назва. ПСИХОЛОГІЯ ІМІДЖУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок в сфері соціально-психологічної проблематики явища іміджу, найбільш прогресивних методів сучасної соціально-психологічної науки.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Соціально-психологічна природа іміджу. Типологія іміджу, його види. Іміджологія. 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. Позиціонування особистісного іміджу. Паблік рилейшнз (PR-діяльність). Форми і види комунікативних презентацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби:

1. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурноосвітні стратегії: монографія / І.С. Бондаренко. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. – 320 с.
2. Бугрим В. В. Іміджологія/ Іміджмейкінг: навчальний посібник. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. – 250 с.
3. Шавкун І.Г. Формування іміджу організації : навч. посіб. 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.

4.19. Назва. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

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. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія / Т.В. Дубовик. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 331 с.
2. Зикерманн Г. Геймификация в бизнесе / 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 проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
1. Загальна інформація.....	3
1.1. Назва та адреса.....	3
1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус).	3
1.3. Академічні органи.	7
1.4. Академічний календар.....	8
1.5. Перелік запропонованих освітніх програм.....	8
1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації.....	13
1.7. Механізми для визначення кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального).....	13

1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка).....	13
1.9. Механізми академічного управління.....	14
2. Ресурси та послуги.....	14
2.1. Відділ обліку студентів.....	14
2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання.....	15
2.3. Харчування.....	15
2.4. Вартість проживання.....	16
2.5. Фінансова підтримка для студентів.	16
2.6. Медичні послуги.....	18
2.7. Страхування.	18
2.8. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами.	19
2.9. Навчальне обладнання.....	19
2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами.....	23
2.11. Обов'язкові та вибіркові «вікна мобільності».....	27
2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього).....	27
2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.....	27
2.14. Мовні курси.....	28
2.15. Можливості для проходження практики.....	28
2.16. Навчання на робочому місці.....	30
2.17. Умови для занять спортом і відпочинку.....	30
2.18. Студентські організації.....	31
3. Освітня програма.....	33
3.1. Профіль освітньо-професійної програми.....	33
3.2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність.....	40
3.3. Структурно-логічна схема освітньої програми.....	41
3.4. Форми атестації здобувачів вищої освіти.....	41
3.5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми	42
3.6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним основним компонентам освітньої програми	43
3.7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми.....	44
3.8. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними вибірковими компонентами освітньої програми.....	45
4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни).....	46