

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет торгівлі та маркетингу**

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ**

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

<b>Галузь знань</b>	<b>07 «Управління та адміністрування»</b>
<b>Спеціальність</b>	<b>075 «Маркетинг»</b>
<b>Спеціалізація</b>	<b>«Рекламний бізнес»</b>
<b>Освітній ступінь</b>	<b>«магістр»</b>

**Київ 2022**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>1. Загальна інформація про університет</b> .....	4
1.1. Назва та адреса .....	4
1.2. Опис закладу (тип і статус) .....	4
1.3. Керівництво університету .....	10
1.4. Академічний календар .....	11
1.5. Перелік запропонованих освітніх програм .....	11
1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації .....	14
1.7. Механізми для визнання кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального) ...	15
1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка) .....	15
1.9. Механізми академічного управління .....	16
<b>2. Загальна інформація для студентів</b> .....	17
2.1. Відділ обліку студентів .....	17
2.2. Умови проживання .....	17
2.3. Харчування .....	18
2.4. Вартість проживання .....	18
2.5. Фінансова підтримка для студентів .....	19
2.5.1. Стипендіальне забезпечення студентів .....	19
2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках .....	19
2.5.3. Фінансове забезпечення студентів з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування .....	20
2.6. Медичні послуги .....	20
2.7. Страхування .....	21
2.8. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами .....	21
2.9. Навчальне обладнання .....	22
2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами .	24
2.11. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього) .....	28
2.12. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі .....	28
2.13. Мовні курси .....	29
2.14. Можливості для практичної підготовки .....	29
2.15. Дуальна форма освіти .....	31
2.16. Умови для занять спортом і відпочинку .....	32
2.17. Студентські організації .....	33
<b>3. Освітня програма</b> .....	34
<b>4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)</b> .....	45

## ВСТУП

Інформаційний пакет Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС) – документ, розроблений на основі довідника користувача ЄКТС 2015 р. – містить загальну інформацію про університет, назву спеціальностей, освітніх програм, відомості про кваліфікацію, яку набуває випускник, навчальний графік та види занять, форми та умови проведення контрольних заходів, іншу інформацію; повний перелік пропонованих обов'язкових та вибіркових навчальних дисциплін з їх короткою анотацією.

Представлений документ сприяє: всебічному ознайомленню з університетом та освітньою програмою, згідно з якою здійснюється викладання; участі у програмах академічної мобільності; визнанню дипломів / дисциплін, прослуханих здобувачами в інших університетах (у тому числі зарубіжних); коректній підготовці додатків до дипломів європейського зразка; акредитації освітніх програм; участі університету у рейтингах закладів освіти.

У тексті представленого інформаційного пакета ЄКТС містяться посилання на вичерпну інформацію щодо освітнього процесу та студентського життя у ДТЕУ. Доповнює її довідник студента <https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=1086&uk> та Дні відкритих дверей у ДТЕУ, які проводяться у 2021/2022 н.р. за графіком з дотриманням протиепідемічних вимог за попередньою електронною реєстрацією, доступною за тиждень до дати заходу.

Офіційний Telegram-канал приймальної комісії:

[https://t.me/knteu\\_vstup](https://t.me/knteu_vstup)

Електронна пошта приймальної комісії: [pk@knute.edu.ua](mailto:pk@knute.edu.ua)

Офіційна інтернет-сторінка приймальної комісії:

<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=43472&uk>

Інформаційно-консультаційний центр приймальної комісії:

м. Київ, вул. Кіото 19, Конгрес-центр, кім. В-106; 306

Довідки та консультації за телефоном: +38 (044) 531-48-88

**Графік роботи приймальної комісії:**

Понеділок – п'ятниця: 09:00–17:00, обідня перерва: 13:00–14:00

**Субота, неділя – вихідні.**

# 1. Загальна інформація про університет

## 1.1. Назва та адреса

Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) /  
Київський національний торговельно-економічний університет  
(КНТЕУ)

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

Телефон: (044) 531 31 73, (044) 531 47 41

Електронна пошта: [knute@knute.edu.ua](mailto:knute@knute.edu.ua)

Офіційний сайт: [www.knute.edu.ua](http://www.knute.edu.ua)

Офіційна сторінка ДТЕУ в соціальній мережі «Facebook»:

Офіційній сторінка ДТЕУ в соціальній мережі «Instagram»:

[https://www.instagram.com/knute\\_official/](https://www.instagram.com/knute_official/),

у Telegram-каналі ДТЕУ: <https://t.me/knteu>,

у соціальній мережі «YouTube»:

<https://www.youtube.com/user/kyotostreet>

## 1.2. Опис закладу (тип і статус)

Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ/КНТЕУ) за свою 75-річну історію пройшов великий шлях становлення та розвитку і на сучасному етапі є визнаним суспільством і міжнародною спільнотою продуцентом високоінтелектуальних ресурсів, потужним інноваційним навчально-науковим комплексом з сучасною матеріально-технічною базою, новітніми освітніми технологіями, глобальними інформаційними мережами.

<b>1946</b>	Створено Київський філіал Всесоюзного заочного інституту Радянської торгівлі
<b>1959</b>	Філіал передано у підпорядкування Харківському інституту радянської торгівлі, пізніше – Донецькому інституту радянської торгівлі
<b>1966</b>	Створено Київський торгово-економічний інститут
<b>1994</b>	Створено Київський державний торговельно-економічний університет
<b>2000</b>	За вагомий внесок у розвиток вищої освіти і науки України, враховуючи загальнодержавне та міжнародне визнання університету надано статус національного
<b>2006</b>	Київський національний торговельно-економічний університет приєднався до Великої Хартії університетів
<b>2021</b>	Університет на державному рівні відзначив ювілей – 75 років з дня заснування
<b>2022</b>	Створено Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) як правонаступник КНТЕУ

**ДТЕУ – флагман освіти і науки**, лідер у підготовці кадрів високої якості. Вагомий внесок у формування молодого покоління належить потужному науково-педагогічному колективу – досвідченим освітянам, видатним науковцям, громадським діячам, ефективним практикам, стейкхолдерам.

Університет запроваджує європейські підходи до підготовки нової генерації інтелектуальної еліти нації. Міжнародна співпраця з іноземними партнерами, провідними університетами, освітніми та науковими центрами світу відкриває нові можливості для студентів. У найближчі десятиріччя глобальних викликів людству саме випускники ДТЕУ стануть затребуваними учасниками знаходження ефективних рішень, розв'язування державних, європейських та світових проблем.

ДТЕУ лідирує серед закладів вищої освіти за кількістю поданих заяв вступниками та у реформуванні вищої освіти України, першим у країні здійснив суттєве оновлення змісту освіти, впровадження новітніх навчальних технологій.

Потужний кадровий потенціал, залучення в освітній процес професіоналів-практиків та постійна актуалізація змісту освіти є основою для високого рівня підготовки фахівців.

Освітній процес спрямований на задоволення потреб ринку праці, формування у здобувачів освіти конкурентних переваг, інноваційних компетентностей. Систему управління якістю ДТЕУ, гармонійною складовою якої є система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, сертифіковано на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015 та європейським рекомендаціям.

Унікальною особливістю стала розробка стандартів вищої освіти ДТЕУ за всіма спеціальностями та спеціалізаціями початкового, першого, другого, третього рівнів вищої освіти відповідно до Національної рамки кваліфікацій, що відповідає потребам ринку праці.

Науково-дослідна робота університету відповідає науковій, науково-технічній, інноваційній політиці України, інтеграції вищої освіти до європейського науково-освітнього простору та пріоритетним напрямкам наукових досліджень.

**Освітній процес** в університеті ґрунтується на системному підході та міждисциплінарному принципі навчання з метою формування у студентів сучасних поглядів на розвиток світу, держави, науково-технічного прогресу, духовних цінностей, патріотизму, глибини мислення, здатності розв'язувати загальнонавчальні та соціально-економічні проблеми, забезпечуючи відповідність його змісту потребам суспільства.

Освітній процес ДТЕУ орієнтований на стимулювання мотивації здобувачів вищої освіти і залучення їх до вдосконалення методів навчання та громадського життя.

Зміст підготовки фахівців повною мірою відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності та стандартам вищої освіти, вимогам Національної рамки кваліфікацій і забезпечується концептуально новими підходами до змісту освітньо-професійних програм, акредитованих національним органом акредитації та міжнародними інституціями, навчальних планів і програм навчальних дисциплін.

Запроваджено всі елементи Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС), що забезпечує якісну підготовку фахівців за гнучкими індивідуальними планами, зокрема систему рейтингового оцінювання діяльності студентів. Навантаження одного навчального року за денною формою навчання становить, як правило, 60 кредитів ЄКТС. Кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після успішного вивчення дисципліни, проходження практичної підготовки та атестації за умови позитивного оцінювання досягнутих результатів навчання.

#### **ДТЕУ в рейтингах**

За підсумками вступної компанії 2021 р. університет посів I місце за кількістю поданих вступниками документів до економічних закладів вищої освіти країни, IV місце – серед столичних ЗВО, а також VI місце – за кількістю поданих вступниками документів у країні, що свідчить про високий рівень довіри до ДТЕУ та висококваліфіковану підготовку майбутніх кадрів.

За даними п'ятнадцятого академічного рейтингу закладів вищої освіти України «ТОП-200 Україна 2021» (Центр міжнародних проєктів «Євроосвіта» у партнерстві з міжнародною групою експертів IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence) університет увійшов до 40-ка найкращих ЗВО країни, посівши перше місце серед закладів економічного профілю і 36 – за інтегрованим показником діяльності.

У міжнародному рейтингу університетів світу Ranking Web of Universities (Webometrics) університет посів перше місце серед закладів економічного профілю, 30 – серед 315 українських ЗВО, представлених у рейтингу.

#### **Система управління якістю ДТЕУ.**

З 2009 року діє і постійно вдосконалюється на ризик-орієнтованих засадах Система управління якістю, спрямована на забезпечення якості освіти, розвиток автономії університету, оптимізацію використання ресурсів, мобілізацію потенціалу колективу, посилення керованості підрозділами, розвиток колегіальних органів управління,

підвищення відповідальності працівників за стан справ. Вперше серед ЗВО України Система управління якістю ДТЕУ сертифікована на відповідність вимогам міжнародного стандарту **ISO 9001:2015** охоплює всі процеси, пов'язані з наданням на високому рівні послуг у сфері освітньої та наукової діяльності. Її гармонійною складовою є *система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти*, орієнтована на задоволення вимог і очікувань всіх учасників освітнього процесу, стейкхолдерів, постійне вдосконалення.

### **Структура ДТЕУ**

ДТЕУ – це 3 навчальних інститути, 9 коледжів і 2 вищих комерційних училища, розташованих у Києві, Харкові, Вінниці, Чернівцях, Хмельницькому, Ужгороді, Коломиї, Бурштині, Житомирі та Одесі.

У базовому закладі ДТЕУ функціонують **6 факультетів**: міжнародної торгівлі та права; економіки, менеджменту та психології; фінансів та обліку; інформаційних технологій; ресторанно-готельного та туристичного бізнесу; торгівлі та маркетингу.

Тут навчаються близько 18 тис. студентів за 26 бакалаврськими та 19 магістерськими спеціальностями, 60 бакалаврськими (з них 4 – англійською мовою викладання) та 64 магістерськими (з них 10 – англійською мовою викладання) освітніми професійними програмами.

ДТЕУ здійснює підготовку та підвищення кваліфікації фахівців із зовнішньої і внутрішньої торгівлі, економіки, міжнародних економічних відносин, публічного управління та адміністрування, фінансів і банківської справи, страхування, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, обліку і оподаткування, фінансового контролю та аудиту, менеджменту, маркетингу, журналістики, права, міжнародного права, туризму, готельного і ресторанного бізнесу, харчових технологій, психології, філології, соціології, політології 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, яка здійснюється відповідно до отриманих 15 ліцензій, та докторів наук за 8 спеціальностями. Після захисту дисертаційних робіт переважна більшість випускників залишається працювати в університеті і залучається до формування й реалізації політики вдосконалення якості діяльності.

Системний підхід до забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти ДТЕУ дозволив успішно пройти у 2019 році *міжнародну акредитацію* освітньо-наукової програми 051 «Еко-

номіка» Акредитаційною комісією Вищої ради Франції з питань оцінки науково-дослідницької роботи і вищої освіти, а також численні національні планові акредитаційні процедури з високими результатами, в тому числі з оцінкою «зразкова».

До складу ДТЕУ входять: Центр управління якістю, Інститут вищої кваліфікації, Центр педагогічних та психологічних досліджень, науково-технічний Центр сертифікації продукції, послуг та систем якості, навчально-науковий Центр бізнес-симуляції, Центр трансферу технологій, Бізнес-інкубатор, Центр європейської освіти, Відділ супроводу дистанційного навчання, Центр підготовки до ЗНО, Підготовче відділення для іноземців та осіб без громадянства, Центр розвитку кар'єри, Центр тестування та моніторингу знань, Центр профорієнтаційної роботи, Вища школа педагогічної майстерності, Центр укладання договорів, Навчально-виробниче об'єднання, Культурно-мистецький центр та інші. На базі університету працює юридична клініка «Центр правового захисту», що надає безкоштовну правову допомогу; освітньо-консультативний центр медіації, котрий допомагає студентам університету та іншим особам у врегулюванні спорів шляхом організації і проведення процедури медіації.

*Інститут вищої кваліфікації* (ІВК) забезпечує реалізацію концепції освіти впродовж 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.

**Сучасна матеріально-технічна база ДТЕУ.** Однією з вагомих переваг ДТЕУ є розвинена матеріально-технічна база європейського рівня для навчання, проживання, розвитку особистості.

Модернізовані навчальні корпуси, навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, а лабораторії – необхідним устаткуванням; численні багатофункціональні open-space та co-working зони, спортивні майданчики, футбольне поле, тенісні корти, репетиційні зали, численні заклади харчування та комфортне студмістечко університету забезпечують всі умови для навчання, дозвілля та комфортного проживання.

Технічне забезпечення постійно модернізують: закуплені та введені в експлуатацію нові сервери та сучасне програмне забезпечення, наповнення баз даних щодо студентів та викладачів, створення програмної підтримки автоматизації процесу обліку студентів та викладачів, процедури вибору дисциплін, складання навчальних планів, формування розкладу та навантаження



розроблених навчально-методичних матеріалів, адаптації переходу до них всіх наявних інформаційно-технічних платформ: розробляють алгоритми та модуль обліку студентів у гуртожитках.

### *Діджиталізація діяльності.*

Функціонують численні комп'ютерні класи, широкоформатні LED-екрани в лекційних аудиторіях та проєкційне обладнання для презентацій в усіх навчальних аудиторіях, SMART-бібліотека з VR-технологіями, сучасна технічна база для дистанційного навчання, оновлене комп'ютерне забезпечення, безкоштовний Wi-Fi, професійні комп'ютерні бази даних за видами діяльності, інші інновації та тренди у технічному забезпеченні.

Завершується багатовекторне поетапне запровадження інтегрованих систем управління – автоматизованої системи «МІА: Облік та звітність» для фінансової діяльності та «МІА: Освіта» для освітнього процесу. Метою їх функціонування є забезпечення інформаційно-аналітичної підтримки діяльності університету, підвищення ефективності процесу прийняття управлінських рішень, обміну інформацією між всіма учасниками освітньої та наукової діяльності, а засадами запровадження – підтримка сервісно орієнтованої архітектури, кросплатформність; ліцензійна чистота; відсутність технічних та ліцензійних обмежень щодо кількості одночасно працюючих користувачів; можливість інтеграції з зовнішніми системами. Блок «Особистий кабінет студента» цієї системи дає змогу здобувачам вищої освіти ДТЕУ автоматизовано сформувати індивідуальну освітню (в тому числі мультидисциплінарну) траєкторію шляхом вільного вибору вибіркового блоку дисциплін, каталог яких налічує понад 1300 найменувань і розміщений на сайті університету.

**Партнери ДТЕУ.** Університет має партнерські відносини з органами державної та місцевої влади, міжнародними компаніями, бізнес-структурами, організаціями, установами, більшість з яких є партнерами освітніх програм, беруть участь у формуванні актуального контенту дисциплін, на базі яких проходить практика студентів з подальшим працевлаштуванням.

Встановлені та підтримуються творчі зв'язки з більш ніж 100 закладами вищої освіти, міжнародними центрами та установами з 30 країн світу. Здійснюється обмін викладачами, студентами, виконуються міжнародні проєкти щодо інтеграції з європейською вищою освітою, вдосконалення освітніх програм різних ступенів підготовки та перепідготовки фахівців, студенти проходять практичну підготовку в 10 зарубіжних країнах.

Серед випускників університету – відомі громадські діячі, керівники органів державної влади та управління, організацій і підпри-

ємств, дипломатичні працівники, науковці, освітяни, бізнесмени. Асоціація випускників ДТЕУ об'єднує тисячі успішних професіоналів, більшість з яких зберігають зв'язки з університетом, допомагаючи в удосконаленні освітніх програм та особисто беруть участь в освітньому процесі.

**Міжнародне співробітництво.** Університет співпрацює зі 112 закладами вищої освіти, міжнародними центрами та установами з 31 країни світу, активно бере участь у європейських програмах Темпус та Еразмус+. У ДТЕУ діють 11 програм англійською мовою викладання за ОС «магістр» та 4 програми за ОС «бакалавр».

Створені умови для академічної мобільності викладачів та здобувачів освіти, проходження практики та підвищення кваліфікації в провідних організаціях і закладах освіти у понад 15-ти країнах світу.

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

**Насичене студентське життя,** відкритий інклюзивний простір, гендерна рівність, реалізація принципів академічної доброчесності, можливість креативної всебічної участі у навчально-науковому, громадському, мистецькому, творчому, спортивному та соціальному напрямах.

Університет є флагманом спортивного розвитку, про що свідчить сучасна модернізована спортивна база, широкий вибір секцій, численні індивідуальні та збірні перемоги у різних видах спорту.

### **1.3. Керівництво університету**

<b>Мазаракі Анатолій Антонович</b>	Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, Премії Кабінету Міністрів України за розробку інноваційних технологій
<b>Притульська Наталія Володимирівна</b>	Перший проректор з науково-педагогічної роботи, доктор технічних наук, професор

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

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

**Мартиненко Павло Анатолійович** 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 навчальний 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	035 Філологія	Прикладна лінгвістика; Прикладна лінгвістика (лінгводидактика, англійська мова)
					Прикладна лінгвістика; Прикладна лінгвістика (політична лінгвістика, англійська мова)
05 Соціальні та поведінкові науки	051 Економіка	051 Економіка	Цифрова економіка (Digital Economics)	051 Економіка	Цифрова економіка (Digital Economics)
			Міжнародна економіка (International Economics)		Міжнародна економіка (International Economics)
			Економіка бізнесу		Економіка та

			Економіка торгівлі		безпека бізнесу
			Агробізнес(Agro-business)		Агробізнес (Agro-business)
			Економіка галузевих ринків		Економіка галузевих ринків
		052 Політологія	Політологія міжнародних відносин		
		053 Психологія	Практична психологія	053 Психологія	Психологія
		054 Соціологія	Соціологія економічної діяльності		
<b>06 Журналістика</b>		061 Журналістика	Реклама і зв'язки з громадськістю	061 Журналістика	Реклама
<b>07 Управління та адміністрування</b>	071 Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі
					Облік і податковий консалтинг
					Діджитал аудит та аналіз
					Фінансовий контроль та аудит
072 Фінанси, банківська справа та страхування	072 Фінанси, банківська справа та страхування	Публічні фінанси	Міжнародні фінанси	072 Фінанси, банківська справа та страхування	Публічні фінанси
					Міжнародні фінанси
					Банківська справа
					Державний аудит
					Управління банківським бізнесом
					Фінансове посередництво (Financial Mediation)
					Фінансові технології в бізнесі
Корпоративні фінанси					
073 Менеджмент	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності(Management of Foreign Economic Activiti)	Міжнародний менеджмент	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності (Management of Foreign Economic)
					Міжнародний менеджмент
					Фінансовий менеджмент (Financial Management)
					Управління бізнесом (Management Business)
					Торговельний менеджмент (Trade Management)
					Менеджмент персоналу

			(HR Management)		персоналу (HR Management)
			Промисловий менеджмент (Industrial Management)		Менеджмент і бізнес-адміністрування в сфері гостинності (Management and Business Administration in Hospitality)
			Менеджмент туристичного та готельно-ресторанного бізнесу		Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент (Tourist Resort and Recreation Management)
			Фармацевтичний менеджмент		Лакшері менеджмент і маркетинг (Luxury Management and Marketing)
					Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація
					Менеджмент антимонопольної діяльності
		075 Маркетинг	Маркетинг	075 Маркетинг	Маркетинг менеджмент (Marketing management)
			Рекламний бізнес		Рекламний бізнес
					Бренд-менеджмент
					Цифровий маркетинг (Digital marketing)
					Глобальний маркетинг
					Трейд-маркетинг (Trade-marketing)
	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Товарознавство і комерційна логістика	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Товарознавство і комерційна логістика
			Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі		Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі
			Митна справа		Митна справа (Customs Affairs)
			Логістична діяльність		Логістика та управління ланцюгами постачання
			Категорійний менеджмент у ритейлі (Category Management in Retail)		Категорійний менеджмент у ритейлі (Category Management in Retail)

					Ритейлінг та дистрибуція
<b>08Право</b>		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
<b>12 Інформаційні технології</b>		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	Інформаційні технології та бізнес-аналітика (Data Science)	124 Системний аналіз	Інформаційні технології та бізнес-аналітика
		125 Кібербезпека	Безпека інформаційних і комунікаційних систем в економіці	125 Кібербезпека	Безпека систем електронних комунікацій в економіці
		126 Інформаційні системи та технології	Інформаційні системи та технології		
<b>18 Виробництво та технології</b>	181 Харчові технології	181 Харчові технології	Технологія та організація ресторанного бізнесу	181 Харчові технології	Крафтові технології
			Ресторанні технології та фуд дизайн		Ресторанні технології та бізнес
<b>23 Соціальна робота</b>		232 Соціальне забезпечення	Соціальне забезпечення		
<b>24 Сфера обслуговування</b>	241 Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельно-ресторанна справа (Hotel and Restaurant Business)	241 Готельно-ресторанна справа	Готельний і ресторанный девелопмент
					Міжнародний готельний та ресторанный бізнес (International hotel and restaurant business)
		242 Туризм	Міжнародний туризм (International Tourism) Економіка і організація туризму Цифровий туризм (Digital Tourism)	242 Туризм	Міжнародний туристичний бізнес (International tourist business)
<b>28 Публічне управління та адміністрування</b>		281 Публічне управління та адміністрування	Публічне управління та адміністрування	281 Публічне управління та адміністру-	Публічне управління та адміністрування

				вання	
<b>29 Міжнародні відносини</b>		291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії	Міжнародні відносини та економічна дипломатія	292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес
		292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес		Світова торгівля
			Міжнародна торгівля		
		293 Міжнародне право	Міжнародне право	293 Міжнародне право	Міжнародне право

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

Інформація щодо умов прийому на навчання за освітніми ступенями «молодший бакалавр», «бакалавр», «магістр», «доктор філософії» розміщена на сайті Державного торговельно-економічного університету

<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=38909>

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

Механізми для визнання кредитної мобільності студентів та попереднього навчання відповідають Закону України «Про освіту», Закону України «Про вищу освіту», Положень «Про організацію освітнього процесу студентів», «Про порядок реалізації права на академічну мобільність у ДТЕУ», «Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті» 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)**

Європейська кредитно-трансферна система (з англ. European Credit Transfer System – ECTS) – система, створена для забезпечення

єдиної міждержавної процедури виміру й порівняння між закладами освіти результатів навчання здобувачів вищої освіти. Система розроблена для мобільності студентів і викладачів, спрощує порівняння і визнання навчальних програм та навчальних досягнень студентів як між вітчизняними, так і між закордонними закладами освіти.

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.

Оцінювання результатів навчання студентів передбачає проведення таких контрольних заходів: вхідний, поточний та підсумковий контрольі, атестація. Результати навчання студентів у ДТЕУ оцінюються за 100-баловою 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 ДТЕУ.

Розподіл кредитів ЄКТС ґрунтується на офіційній тривалості циклу програми навчання та визначається навчальним планом. ДТЕУ розподіляє кредити між навчальними дисциплінами самостійно. Кредити розподіляються на всі дисципліни, що вивчає студент, практичну підготовку, виконання випускних кваліфікаційних проєктів (робіт), атестацію. Кредити присвоюються після закінчення вивчення дисципліни за умови успішного складання підсумкового контролю, проходження виробничої практики і атестації.

## **1.9. Механізми академічного управління**

Механізми академічного управління у ДТЕУ визначені у положеннях:

- Про організацію освітнього процесу студентів;
- Про дистанційне навчання у ДТЕУ;
- про порядок реалізації права на академічну мобільність у ДТЕУ;
- Про індивідуальний навчальний план студента ДТЕУ;
- Про Самостійну Роботу Студентів І Аспірантів ДТЕУ;



- Про організацію виконання та захисту курсових робіт (проектів) у ДТЕУ (нова редакція зі змінами та доповненнями);
- Про практичну підготовку здобувачів вищої освіти ДТЕУ;
- Про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів;
- Про порядок визнання результатів навчання, отриманих в неформальній освіті;
- Про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів вищої освіти ДТЕУ;
- Про випускню кваліфікаційну роботу (проект);
- Про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у ДТЕУ;
- Про процедуру і підстави для видачі документів про вищу освіту державного зразка у ДТЕУ;
- Про систему рейтингового оцінювання діяльності студентів ДТЕУ;
- Про гаранта освітньої програми;
- Про «Диплом з відзнакою» у Державному торговельно-економічному університеті;
- Про врегулювання конфліктних ситуацій в Державному торговельно-економічному університеті;
- Про дотримання академічної доброчесності педагогічними, науково-педагогічними, науковими працівниками та здобувачами освіти.

## **2. Загальна інформація для студентів**

### **2.1. Відділ обліку студентів**

Особові справи, документи про освіту, трудові книжки студентів, які навчаються в університеті, зберігаються у відділі обліку студентів університету, який надає такі послуги:

- видає у встановленому порядку довідки, копії та витяги з документів на запити від юридичних та фізичних осіб;
- видає оригінали попередніх документів про освіту студентам-випускникам та відрахованим з університету студентам;
- заповнює трудові книжки студентів денної форми навчання, які працювали до вступу в Університет;
- видає довідки про навчання та наявність оригіналів документів студентів в університеті;

- здійснює прийом документів від студентів, які мають право на отримання соціальної стипендії та інших пільг, відповідно до законодавства;
- здійснює прийом заяв студентів щодо оформлення їм пільгового проживання в гуртожитку.

## 2.2. Умови проживання

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

У гуртожитках є кімнати на 2, 3, 4, 5, 6 ліжко-місць з кухнями, санвузлами на кожному поверсі та централізованою пральнею.

Студенти, постійне місце проживання яких розташоване на відстані понад 50 км від м. Києва, 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 встановлено права і 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;
- № 7 – вул. Матеюка, 2-б, м. Київ, 02156;  
тел. (044) 53131 62.

## 2.3. Харчування

В університеті налагоджена система оздоровчого харчування через їдальні та кафе в усіх корпусах. Працюють чотири сучасні їдальні: у корпусах «Б», «Д», «Е» та «Н» (вул. Чигоріна, 57а),

у кожній з яких є можливість якісно та збалансовано харчуватися за помірними цінами, зокрема у кафе-їдальні «Венеція» (у корпусі «Б») представлені страви італійської кухні. Середня вартість сніданку у їдальні університету становить від 37 до 50 грн; обіду – від 57 до 80 грн; вечері – від 56 до 70 грн.

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

## **2.4. Вартість проживання**

Вартість проживання здобувачів вищої освіти у гуртожитках ДТЕУ встановлюється відповідно до спільного наказу 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 особами без громадянства, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України та чинних нормативно-правових актів. Студентам – іноземцям, які вступили на навчання до ДТЕУ 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.

### **2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках**

Студенти пільгових категорій, визначених законами України та постановами Кабінету Міністрів України (студенти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасники бойових дій та їх діти, внутрішньо переміщені особи, студенти з інвалідністю тощо) мають право на першочергове поселення у гуртожитки.

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 ДТЕУ.

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).

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

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

## **2.6. Медичні послуги**

Студенти університету, що потребують медичної допомоги, мають право укласти декларацію на медичне обслуговування із сімейним лікарем. Зокрема, можна обрати лікаря з широкого загалу професіоналів залежно від територіальної близькості. Вибір сімейних лікарів у Деснянському районі м. Києва досить великий, також є можливість укласти 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 Методичних рекомендацій щодо комплексного страхування іноземців та осіб без громадянства, які здобувають освіту в закладах вищої та фахової передвищої освіти України, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 24.05.2021 № 562 «Про затвердження методичних рекомендацій» та Закону України «Про страхування».

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

Оплата вартості медичної допомоги, зокрема 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 Державному торговельно-економічному університеті організація освітнього процесу осіб з особливими освітніми потребами здійснюється з урахуванням чинних норм законодавства.

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

Студенти з інвалідністю (I–III групи) отримують соціальну стипендію відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 28 грудня 2016 р. № 1045 «Деякі питання виплати соціальних стипендій студентам (курсантам) закладів фахової передвищої та 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 сидячої людини.

Зокрема навчальний корпус А обладнаний підйомною платформою та ліфтом для осіб з обмеженими фізичними можливостями, навчальний корпус Д, Л, актовий зал (Конгрес-центр), гуртожитки № 2, № 4 та № 7 обладнано 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 зі спеціальними поручнями).

## **2.9. Навчальне обладнання**

Однією із вагомих переваг ДТЕУ є матеріально-технічна база європейського рівня. Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, лабораторії – необхідним устаткуванням. Загалом в університеті налічується 60 комп'ютерних кабінетів, серед яких є аудиторії, обладнані для вебінарів, лекційних, практичних занять, коли студенти знаходяться в університеті, а викладач – дистанційно. Ресурси й матеріально-технічне оснащення бібліотеки є інноваційними та відповідають потребам підготовки сучасних фахівців, надаючи простір для самостійної і командної роботи.

В університеті функціонують спеціально обладнані для творчої роботи учасників освітнього процесу зони – багатофункціональні коворкінги. Коворкінг **KNUTEHUB** призначений 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. Сучасне комфортне приміщення об'єднує 6 різних зон – 3 робочі зони, залу відпочинку, конференц-зал та зону для переговорів, що забезпечує співпрацю 70 учасників.

**Коворкінг PhygitalHub** поділений на кілька робочих зон: зона «Artspace», що призначена для проведення творчих заходів та генерації ідей; зона «Mediationroom», де студенти можуть вирішувати суперечки позасудовими засобами, вчитись 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.

У зв'язку з карантинними обмеженнями освітній процес здійснюється змішано з використанням дистанційних технологій.

Дистанційне навчання дає змогу впроваджувати інтерактивні технології викладання матеріалу, здобувати повноцінну вищу освіту або підвищувати кваліфікацію і має такі переваги, як гнучкість, актуальність, зручність, модульність, інтерактивність. В університеті дистанційне навчання використовується як елемент освітнього процесу, який реалізується за допомогою корпоративної платформи дистанційного навчання Moodle, оновлена версія якої запустилася з вересня 2019 року на базі нових серверів.

Крім корпоративної платформи дистанційного навчання Moodle, учасники освітнього процесу широко використовують такі програмні продукти, як системи відеоконференцій Zoom, Skype, WebEx, платформи Office 365 Teams, GoogleClassroom, Intello тощо. Для спілкування зі студентами, науково-педагогічними працівниками університету використовуються численні месенджери.

Бібліотека ДТЕУ є інформаційно-навчальним, культурно-освітнім структурним підрозділом університету з універсальними фондами документів, що сприяє розробці й впровадженню перспективних навчальних технологій, ефективного навчання та науково-дослідної роботи. Вся площа бібліотеки має покриття Wi-Fi, зали оснащені QR-кодами з інформацією про конкретні бібліотечні послуги.

**До послуг користувачів бібліотеки:** 11 читальних залів з фондами відкритого доступу, 7 абонементів, зал Bibliometrics,

SMART-бібліотека, унікальна VR-студія, зона Кіберспорту, зали нових надходжень літератури та іноземної літератури, спеціальні сектори методичних видань ДТЕУ, фонд дисертацій та авторефератів, облаштовані комфортні зони відпочинку з настільним іграми – футболом, шахами та шашками.

**Зал Bibliometrics** надає вільний доступ у режимі онлайн до вітчизняних та світових повнотекстових баз даних, наукометричних дослідницьких платформ: SCOPUS, Web of Science, EBSCO тощо. Містить базу даних електронних підручників, навчально-методичних матеріалів, відеокурсів на електронних носіях.

**SMART-бібліотека** – це відкритий простір, зонований для читання, проведення конференцій, лекцій, майстер-класів, презентацій з використанням SMART-wall та плазмової панелі, шолома віртуальної реальності HTC Vive та окулярів віртуальної реальності OculusGo.

**Сучасна VR-студія** оснащена окулярами віртуальної реальності OculusGo, комп'ютерами для індивідуальної роботи та SMART-wall. Спеціально облаштовано локацію, що слугує відеостудією для блогерів та запису інтерв'ю, яка забезпечена цифровими пристроями для аудіо- та відеозапису.

На запит молоді в університеті створено **зону Кіберспорту**– це сучасна кіберспортивна арена оснащена потужними геймерськими комп'ютерами та плазмовою панеллю з ігровою приставкою PlayStationPro. В зоні Кіберспорту тренуються кіберспортивні команди ДТЕУ та проводяться відкриті кіберспортивні турніри «KNUTEDota 2», «KNUTEHearthstone».

Упровадження нових інформаційних технологій дає змогу бібліотеці значно розширити інформаційне забезпечення користувачів, що удосконалює якість освітнього процесу. Співпраця зі структурними підрозділами ДТЕУ (факультетами, кафедрами, науковими та службовими відділами) шляхом адресного інформування про нові надходження за допомогою особистого кабінету користувача корпоративної програми Office 365 має за мету поліпшення використання бібліотечних фондів та інформаційних ресурсів. Універсальний книжковий фонд, матеріально-технічна база, довідково-інформаційний апарат, бібліотечні інновації, впровадження прогресивних технологій, досвідчені професійні кадри, сучасний дизайн, сучасне технічне обладнання та максимальна автоматизація виробничих процесів бібліотеки сприяють успішній роботі та якісному обслуговуванню користувачів.

Все вищезазначене сприяє підвищенню якості навчання протягом виконання освітніх програм.



## **2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами**

Згідно з програмами міжнародного співробітництва за результатами відкритого конкурсу (знання іноземних мов, місце у рейтингу ДТЕУ тощо) студенти ДТЕУ можуть здобувати освіту за кордоном та брати участь у програмах міжнародної академічної мобільності європейських закладів вищої освіти – партнерів університету (програми подвійного дипломування; студентський семестровий обмін; літні та зимові спеціалізовані школи з економіки та менеджменту, а також з вивчення іноземних мов), наведених у табл. 2.10.

## Програми навчання Центру європейської освіти ДТЕУ

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
<b>Вища паризька школа комерції (ESCPEurope)</b> м. Париж, Франція	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Менеджмент</li> </ul>	2 роки	Очна	Французька, Англійська	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1,</li> <li>– диплом бакалавра</li> </ul>
<b>Університет Парі Ест Кретей (Universite Paris- Est Creteil)</b> Інститут адміністрування підприємств Густава Ейфеля м. Париж, Франція	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управління та економіка</li> </ul>	1 рік	Очна	Французька	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Знання французької мови – рівень B2,</li> <li>– щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ</li> </ul>
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Менеджмент</li> <li>• Маркетинг</li> <li>• Фінанси</li> </ul>	1–2 роки		Французька, англійська	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1,</li> <li>– диплом бакалавра</li> </ul>
<b>Бізнес-школа «Audencia»</b> м. Нант, Франція	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Менеджмент</li> </ul>	1,5 року	Очна	Французька, англійська	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Знання французької / англійської мови – рівень B2,</li> <li>– диплом бакалавра</li> </ul>
	Літня та зимова спеціалізовані школи з економіки та менеджменту		Тематичні тижні на вибір	Очна	Англійська	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Знання англійської мови – рівень B2,</li> <li>– Щонайменше 2 роки навчання у КНТЕУ</li> </ul>

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

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
<b>Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт</b> <i>(University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt)</i> м. Вюрцбург, Німеччина	Bachelor (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Міжнародний менеджмент</li> </ul>	1 семестр	Очна	Німецька, англійська	<ul style="list-style-type: none"> <li>Знання німецької / англійської мови – рівень B2,</li> <li>диплом бакалавра</li> </ul>
<b>Бамберзький університет імені Отто Фрідріха</b> <i>(Otto-Friedrich-University Bamberg)</i> м. Бамберг, Німеччина	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Менеджмент міжнародних інформаційних систем</li> <li>Європейська економіка</li> </ul>	1 семестр	Очна	Німецька, англійська	<ul style="list-style-type: none"> <li>Знання німецької / англійської мови – рівень B2,</li> <li>диплом бакалавра</li> </ul>

## 2.11. Заклади вищої освіти – партнери університету

Університетом укладено договори про співробітництво із закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів.

Франція	Бізнес-школа «Ауденсія»
	Університет Гренобль Альпи
	Університет Парі-Ест Кретей
	Вища паризька школа комерції (ESCP)
	Федерація «Обмін Франція–Україна»
	Університетське агентство франкофонії – AUF
Велика Британія	Університет Центрального Ланкаширу
Польща	Краківський економічний університет
	Познанський університет економіки і бізнесу
	Вроцлавський економічний університет
	Щецинський університет
Німеччина	Бамберзький університет ім. Отто Фрідріха
	Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт
Болгарія	Варненський економічний університет
Греція	Університет Західної Аттики

## Міжнародні програми і проєкти в рамках Еразмус+

Перелік навчальних закладів
Люблянська школа бізнесу
Краківський економічний університет
Щецинський університет
Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт
Варненський економічний університет
Університет Казимира Великого
Університет економіки та менеджменту державного управління у Братиславі
Університет прикладних наук для економіки та управління, м. Ессен

## 2.12. Програми англійською мовою викладання

В університеті діють 11 програм англійською мовою викладання для українських та іноземних громадян за освітнім ступенем «магістр» – «Міжнародна економіка», «Менеджмент зовнішнь-економічної діяльності», «Фінансовий менеджмент», «Міжнародний туристичний бізнес», «Туристичний та курортно-рекреаційний

менеджмент», «Торговельний менеджмент», «Готельний і ресторанний менеджмент», «Міжнародний готельний бізнес», «Фінансове посередництво», «Митна справа», «Управління бізнесом», а також 4 програми за освітнім ступенем «бакалавр»– «Міжнародна економіка», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Міжнародний туризм» та «Готельно-ресторанна справа». Навчальні програми забезпечують висококваліфіковані викладачі ДТЕУ та вчені європейських ЗВО – партнерів університету.

### **2.13. Мовні курси**

Центр європейської освіти ДТЕУ здійснює підготовку з англійської та французької мови за програмою інтенсивного навчання, що 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 ДТЕУ. 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 (DELFDALF, IELTS, ESOL) і брати участь у різних формах міжнародної академічної мобільності в рамках угод про співробітництво з європейськими ЗВО – партнерами ДТЕУ.

За додатковою інформацією та для запису на курси іноземних мов звертатись до центру європейської освіти – навчальний корпус Д, кімната 229, тел. (044) 5314836, e-mail: [eecenter@knu.edu.ua](mailto:eecenter@knu.edu.ua)

### **2.14. Можливості для практичної підготовки**

Для забезпечення практичної підготовки здобувачів вищої освіти та їх успішного працевлаштування університет встановлює різні форми співробітництва з профільними державними установами, організаціями, громадськими об'єднаннями, бізнес-структурами на

підставі укладених меморандумів, угод про співпрацю, договорів про практичну підготовку здобувачів вищої освіти, що створюють умови для реалізації програм практики та забезпечують виконання у повному обсязі вимог, передбачених «Положенням про практичну підготовку здобувачів вищої освіти», «Порядком організації практики студентів за кордоном» та «Порядком стажування на підприємствах, в установах та організаціях студентів ДТЕУ, які здобули освіту за освітнім ступенем «бакалавр», «молодший бакалавр».

ДТЕУ підтримує партнерські відносини більш ніж **з 650 стейкголдерами**. Партнерами університету є органи державної та місцевої влади, організації, відомства, служби, на базі яких здійснюється практична підготовка студентів з подальшим працевлаштуванням, переважна більшість з них є **партнерами освітніх програм, а саме:**

Міністерство економіки України; Міністерство соціальної політики України; Міністерство закордонних справ України; Міністерство розвитку громад та територій України; Міністерство фінансів України, Міністерство юстиції, Державна податкова служба у місті Києві; Державна казначейська служба України; Рахункова палата України; Пенсійний фонд України; Державна аудиторська служба України; територіальні органи Державної митної служба, Державна фіскальна служба, Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України, Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів; ДП «Укрметртестстандарт», Департамент фінансів КМДА, Печерська районна в м. Києві державна адміністрація, Деснянська районна в м. Києві державна адміністрація, Верховний Суд; Антимонопольний комітет України; Національний координаційний центр кібербезпеки, 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, Київська торгово-

промислова палата тощо. Також Університет має угоди про співпрацю з комерційними компаніями, бізнес-структурами:

Microsoft Україна, «EPAMSystems Україна», групою компаній «BGSSolutions», ТОВ «БЕЙКЕРТІЛЛІ Україна», ТОВ «Ернст енд Янг», ТОВ «Консалтингова компанія «Голден Траст», ТОВ «Грант ТорнтонЛегіс», ТОВ «КрестонДжі Сі Джі Аудит», ТОВ «ТВІГА ГРУПА Україна», ТОВ «АСНільсенЮкрейн», 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 «ДБІХотелзендрезортс (готель «RomadaEncoreKiev»), ПрАТ «Нові Інжинірингові Технології» (готель «ХаяттРідженсі Київ»), ТОВ «Гранд менеджмент» (готель «Фермонт»), ТОВ «ХОТЕЛ ПРОПЕРТІ» (готель «Либідь»), ТОВ «РейкарцХотел Менеджмент», ТОВ «Тревелпрофешнлгруп», ТОВ «МузенідісТревел Україна», ТОВ «Корал тревел», ТОВ «ДжоінАп», «TUI», ТОВ «Мережа Козирна Карта», група компаній «Фокстрот», ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ПАТ «Універмаг «Дитячий світ», ТОВ «Декатлон Україна», ТОВ «Лореаль Україна», ТОВ «Укртекстиль», ТОВ «Сільпо-фуд», ТОВ «Епіцентр-К», ТОВ «ЕКО», ТОВ «ДЦ Україна», ТОВ «ДТЕК», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «ОТП БАНК», ПАТ «Кредобанк», ПАТ «КредіАгріколь Банк», ПАТ «Перший Український Міжнародний Банк», АТ «Ощадбанк», ПАТ «Укрсоцбанк», АТ КБ «ПриватБанк» тощо.

Співпраця з партнерами постійно поглиблюється. Перелік партнерів постійно збільшується, що значно розширює можливості для практичної підготовки здобувачів вищої освіти початкового (короткого циклу), першого (бакалаврського), другого (магістерського), третього рівнів.

## **2.15. Дуальна форма освіти**

ДТЕУ упродовж 2021–2022 рр. бере участь у пілотному проєкті з підготовки фахівців за дуальною формою освіти за спеціальностями: «Харчові технології» та «Готельно-ресторанна справа» (перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, «Право» (другий (магістерський) рівень вищої освіти) за участю організацій, бізнес-партнерів. Перелік освітніх програм з дуальною формою постійно розширюється.



## **2.16. Умови для занять спортом і відпочинку**

У ДТЕУ створені сучасні умови для заняття різноманітними видами спорту, розвитку особистості, творчих здібностей.

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 ДТЕУ, дні факультетів, Дні донора, чемпіонат з кіберспорту, інтелектуальних ігор «Брейн-ринг» та «Своя гра», фестиваль команд Ліги КВН ДТЕУ за Кубок Ректора тощо.

В університеті функціонує 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 базі кафедри фізичної культури та спорту функціонують секції з настільного тенісу, фітнесу, волейболу (чоловічого, жіночого), плавання, бадмінтону, баскетболу, аеробіки, боксу, боді-фітнесу, футболу (чоловічого, жіночого), атлетичної гімнастики, легкої атлетики, боротьби, фізичної реабілітації та із загальної фізичної підготовки, перетягування канату; для великого тенісу на території університету були збудовані сучасні тенісні корти, обладнані спеціалізованим покриттям. Створено всі умови для занять фізкультурою та спортом: сучасний стадіон зі штучним покриттям, спортивні майданчики, дві сучасні ігрові зали, тренажерна зала, зала боксу та боротьби, зали для фітнесу.

## **2.17. Студентські організації**

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

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

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

- студентські клуби – «Екоклуб», дебатний клуб «PolemicUnion», філософський клуб «Фенікс», «Правничий клуб», «Юридична клініка», підприємницький «YEPClub», «Бізнес-клуб», «Маркетинг», «SapLab», «H&SEServices», «ProgramClub», «ТРОС –

творче рекламне об'єднання студентів», «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 ДТЕУ в соціальній мережі «Facebook», офіційній сторінці ДТЕУ в соціальній мережі «Instagram» ([https://www.instagram.com/knute\\_official/](https://www.instagram.com/knute_official/)), Telegram-каналі ДТЕУ (<https://t.me/knteu>), офіційній сторінці ДТЕУ в соціальній мережі «YouTube» (<https://www.youtube.com/user/kyotostreet>) та студентському телебаченні «ДТЕУ-Live», а також в газеті «Університет і час», студентському журналі «Кіото, 19».

**3. Освітня програма спеціальності 075 «Маркетинг»  
(за спеціалізацією «Рекламний бізнес»),  
гарант освітньої програми к.т.н.,  
професор кафедри маркетингу ЯЦИШИНА Л. К.**

**3.1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва ЗВО та структурного підрозділу</b>	Державний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Рекламний бізнес»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Рекламний бізнес»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Міністерство освіти і науки України, Україна, Наказ №1565 МОН України від 19.12.2016 р., термін дії до 01 липня 2024 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України –7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність ступеня бакалавра
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	01 липня 2024 р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://knute.edu.ua">https://knute.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Формування сучасної системи професійних знань та набуття практичних навичок з метою їх застосування у профільній, педагогічній та дослідній діяльності для ефективного вирішення управлінських завдань в сфері рекламного бізнесу. Маркетолог опановує оперативні економічні, творчі, комерційні та організаційно-технологічні процеси, які пов'язані з основними напрямками рекламної діяльності організації та розробляє або коригує стратегічні орієнтири її розвитку за підтримки інформаційно-комунікаційних технологій	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація «Рекламний бізнес»
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна, прикладна. Програма складається з дисциплін професійної та практичної підготовки.

<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Спеціальна освіта в сфері рекламного бізнесу. Формування фахової компетентності щодо вміння управляти маркетинговою та рекламною діяльністю підприємства. Ключові слова: реклама, бізнес, рекламна діяльність, рекламний менеджмент, маркетингові комунікації, цифрові технології, стратегії у сфері рекламного бізнесу.
<b>Особливості програми</b>	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері рекламного бізнесу; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють рекламну діяльність.
<b>4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випусник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетинг); начальник комерційного відділу; консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог, категорійний менеджер); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг).
<b>Подальше навчання</b>	Подальше навчання – здобуття третього рівня вищої освіти і отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Оволодіння методологією наукової роботи, навичками презентації її результатів рідною і іноземною мовами. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів. Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику, навчання через проведення ділових ігор, компетентнісний підхід в побудові та реалізації навчальних програм.
<b>Оцінювання</b>	Поточний контроль (тестування, есе, презентації, індивідуальні завдання, ситуаційні завдання, ділові ігри), письмові екзамени, практика. Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи. Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів», «Положення про організацію освітнього процесу студентів».
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<b>Загальні компетентності</b>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

	<p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p><i>СК10. Здатність використовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики суб'єкта рекламного бізнесу релевантні правові норми та обмеження.</i></p> <p><i>СК11. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговими комунікаціями суб'єкта рекламного бізнесу в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>СК12. Здатність аналізувати та формувати систему маркетингу суб'єкта рекламного бізнесу та оцінювати результативність і ефективність в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>СК13. Здатність керувати діяльністю суб'єкта рекламного бізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринку рекламних послуг.</i></p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<p>Р1. Знати та вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p>

	<p>P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p><i>P16. Використовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики суб'єкта рекламного бізнесу релевантні правові норми та обмеження.</i></p> <p><i>P17. Здійснювати вибір і застосування ефективних засобів управління маркетинговими комунікаціями суб'єкта рекламного бізнесу в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>P18. Формувати і вдосконалювати систему маркетингу суб'єкта рекламного бізнесу.</i></p> <p><i>P19. Керувати діяльністю суб'єкта рекламного бізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринку рекламних послуг.</i></p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<p><b>Кадрове забезпечення</b></p>	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку магістрів зі спеціалізації «Рекламний бізнес» є кафедра маркетингу КНТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p> <p>100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять</p>

	<p>стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метри на одну особу.</p> <p>40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням.</p> <p>Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, в т. ч. читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>У КНТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності.</p> <p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>Є офіційний веб-сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): <a href="https://knute.edu.ua">https://knute.edu.ua</a></p> <p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку. У Відділі супроводу дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: <a href="http://ldn.knute.edu/ua">http://ldn.knute.edu/ua</a></p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.</p> <p>Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Університет Парі Ест Кретьєй (м. Париж, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту.</li> <li>2. Бізнес-школа «Ауденсія» (м. Нант, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка, менеджмент та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою викладання.</li> <li>3. Університет Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою стажування.</li> </ol>
<b>Навчання</b>	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах

іноземних здобувачів вищої освіти	або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЄКТС, що додатково передбачені навчальним планом.
-----------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3.2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

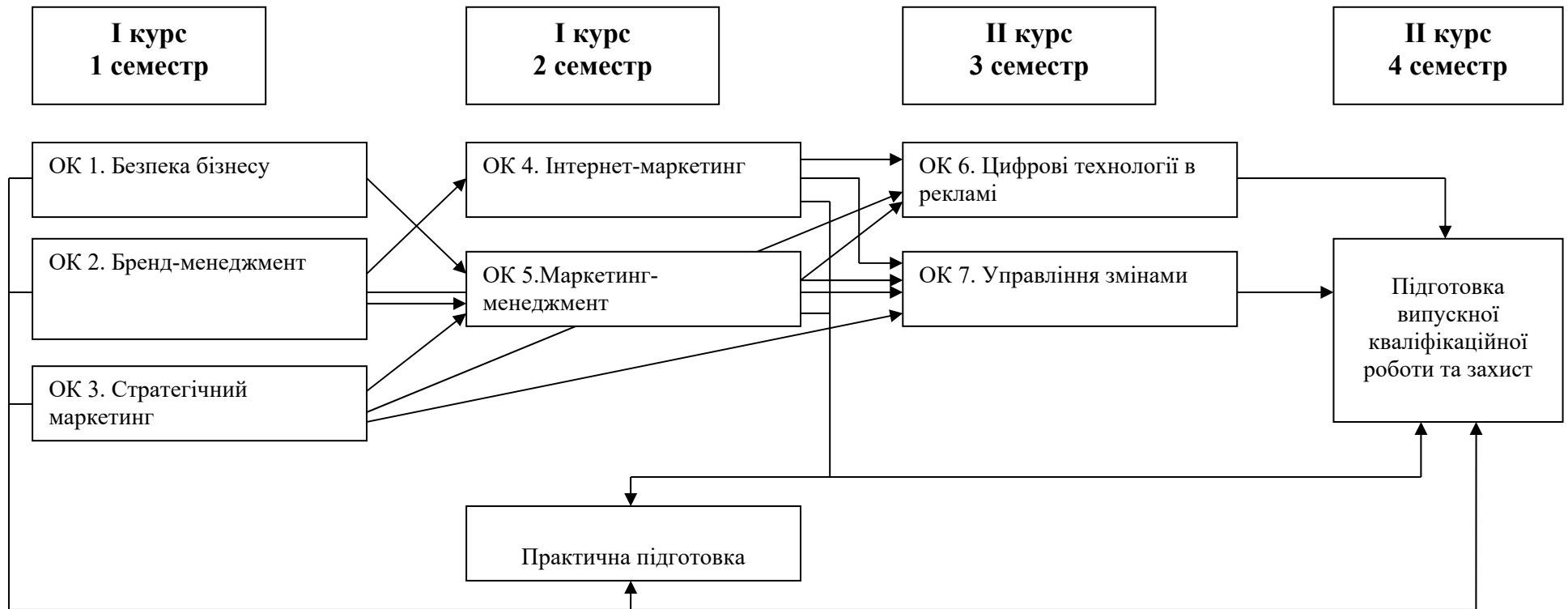
#### 3.2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>		
ОК 1	Безпека бізнесу	6
ОК 2	Бренд-менеджмент	6
ОК 3	Стратегічний маркетинг	6
ОК 4	Інтернет-маркетинг	7,5
ОК 5	Маркетинг-менеджмент	7,5
ОК 6	Цифрові технології в рекламі	6
ОК 7	Управління змінами	6
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>66</b>
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>		
ВК1	Audio&Video Production	6
ВК2	Бізнес-інжиніринг	6
ВК3	Елітні товари	6
ВК4	Консьюмерське право	6
ВК5	Корпоративне право	6
ВК6	Корпоративні зв'язки з громадськістю	6
ВК7	Маркетинговий аналіз	6
ВК8	Маркетингові інформаційні системи	6
ВК 9	Медіадизайн	6
ВК 10	Психологія управління	6
ВК 11	Ризики в маркетингу	6
ВК 12	Управління лояльністю споживачів	6
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>24</b>
<b>Практична підготовка</b>		
	Практична підготовка	9
<b>Атестація</b>		
	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист	12
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90</b>

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.



### 3.2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми



### 3.3 Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної роботи.

Випускна кваліфікаційна робота має передбачити розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Випускна кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення випускної кваліфікаційної роботи, що містить інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

#### 3.3.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти Компетентності	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7
ЗК1					*		
ЗК2		*					
ЗК3	*						
ЗК4						*	*
ЗК5		*					
ЗК6				*		*	
ЗК7	*						
ЗК8					*		
СК1		*		*			
СК2	*						*
СК3			*				*
СК4		*				*	
СК5			*				
СК6					*		*
СК7			*		*		
СК8		*			*		
СК9			*				*
СК10			*		*		
СК11						*	*
СК12	*						*
СК13				*	*		

### 3.3.2. 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
ЗК1	*								*	*		
ЗК2						*						
ЗК3								*				
ЗК4										*		*
ЗК5						*				*		*
ЗК6				*	*			*				
ЗК7										*		*
ЗК8		*										
СК1	*											
СК2		*		*								
СК3								*				
СК4	*								*	*		
СК5							*	*				
СК6										*		
СК7		*										
СК8												*
СК9							*	*				
СК10				*	*							
СК11											*	
СК12											*	
СК13		*								*		

### 3.3.3 Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми

Компоненти Програмні результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
P1	*					*	
P2							*
P3							*
P4			*		*		
P5				*			
P6					*		*
P7	*						
P8		*				*	*
P9	*	*		*		*	
P10			*				
P11			*				
P12		*	*		*		
P13		*					
P14				*			
P15				*		*	
P16	*		*		*		
P17				*	*		*
P18		*					
P19							*

### 3.3.4 Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибілковими компонентами освітньої програми

Програмні результати навчання	Компоненти											
	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12
P1	*											
P2	*											
P3								*			*	
P4											*	
P5			*									
P6		*										
P7									*			
P8						*						
P9				*	*							
P10		*										
P11							*	*				
P12							*	*			*	
P13										*		*
P14						*						
P15								*				
P16					*							
P17				*						*		
P18			*							*		*
P19												*

## 4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни) для спеціалізації «Рекламний бізнес»

### 4.1. Назва. **БЕЗПЕКА БІЗНЕСУ.**

**Тип.** Обов'язкова..

**Рік навчання.** 2022/2023.

**Семестр.** I.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Хорт І.В., к.юр.н, доц. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу.

**Результати навчання.** Набуття студентами сукупності знань, що відповідають освітньому ступеню «бакалавра» за напрямом підготовки «Правознавство». Ці знання повинні дозволити майбутнім фахівцям плідно працювати й орієнтуватися у правових питаннях, що виникають у господарській, зокрема підприємницькій діяльності.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Господарське право».

**Зміст.** Основи Безпеки бізнесу. Загрози безпеці підприємницької діяльності. Організація безпеки підприємницької діяльності. Охорона та охоронна діяльність підприємницьких структур. Правове регулювання захисту інформації з обмеженим доступом. Режим у діяльності підприємства. Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності суб'єктів підприємництва. Забезпечення економічної безпеки в діяльності підприємницьких структур. Безпека кадрової роботи. Функціонування підприємства в екстремальних ситуаціях та особиста безпека підприємця. Взаємодія підприємств з правоохоронними та контролюючими державними органами. Розслідування правопорушень у сфері підприємництва. Юридична відповідальність.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Безпека бізнесу : навчальний посібник / Вівчар О. І. – Тернопіль: ФО-П Шпак В.Б., 2019 – 277 с.
2. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л.В. Ординський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін. – К. : Правова єдність, 2014. – 544 с.
3. Крегул Ю.І. Правове регулювання безпеки підприємницької діяльності : навч. посіб. / Ю.І. Крегул, М.І. Зубок. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 216 с.

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

– лекції (оглядові / тематичні), семінарські / практичні, самостійна робота, консультації.

**Методи оцінювання.**

– поточний контроль (опитування, письмові роботи, ситуаційні завдання);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

**4.2. Назва. БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТ.**

**Тип.** Обов'язкова.

**Рік навчання.** 2022/2023.

**Семестр.** I.

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

**Результати навчання.** Вивчення дисципліни дозволяє студентам набути навички самостійно проводити аналіз маркетингової ситуації навколо конкретного бренда; розробляти та приймати управлінські рішення щодо формування, розвитку та підтримання бренда, а також здійснювати контроль 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 бренд-менеджменті. Маркетингові технології в бренд-менеджменті.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Кендюхов, К. Ю. Ягельська, Д. С. Файвішенко. – Донецьк : ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. – 459 с.

2. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент : навч. посіб. / О. Л. Шевченко; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2010. – 396 с.

3. Ястремська О. М. Бренд-менеджмент : навч. посіб. / Ястремська О. М., Ястремська О. О. ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2010. – 164 с.

**Заплановані навчальні заходи та методи навчання.** Поєднання традиційних і 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 (тестування; усне та письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого есе, презентації, проекту, ситуаційні завдання, захист проєктів);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

### **4.3. Назва. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ.**

**Тип.** Обов'язкова.

**Рік навчання.** 2022/2023.

**Семестр.** I.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Яцишина Л.К., проф., канд. техн. наук, проф. кафедри маркетингу

**Результати навчання.** Формування у студентів системи знань, компетентностей і набуття практичних навичок щодо проведення стратегічного аналізу підприємств, обґрунтування, розробки і вибору маркетингових стратегій; створення програм стратегічного маркетингу, визначення ефективності маркетингових стратегій.

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

**Зміст.** Стратегічний маркетинг у сучасній концепції маркетингової діяльності. Стратегічний аналіз зовнішнього маркетингового середовища. Аналіз привабливості ринку. Стратегічний аналіз внутрішнього маркетингового середовища. Аналіз маркетингової конкурентоспроможності товарів та послуг. Маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку, диференціації та позиціонування. Формування маркетингових стратегій конкуренції. Маркетингові стратегії зростання та портфельні стратегії. Маркетингові конкурентні стратегії залежно від ринкової позиції підприємства. Маркетингові стратегії зростання. Маркетингове управління стратегічним бізнес-портфелем підприємства. Стратегічне маркетингове планування. Впровадження стратегій маркетингу: умови, механізм, ефективність.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 631 с.

2. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / Є.В. Крикавський, Л.І. Третьякова, Н.С. Косар. – Львів, Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 256 с.



3. Котлер Ф. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів: навчальний посібник / Ф. Котлер, Карен Ф. А. Фокс, [пер. з англ.]. – К.: УАМ, Вид. Хімджест, 2011. – 580 с.

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

– лекції (оглядова/тематична/ проблемна; лекція-консультація: лекція-конференція; дуальна/лекція із заздалегідь запланованими помилками);

– практичні заняття (тренінг/презентація/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація/ симуляція/ модерація/ моделювання ситуацій/ «мозкова атака» /тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах)

**Методи оцінювання:**

– поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації / захист проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.4. Назва. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ.**

**Тип.** Обов'язкова.

**Рік навчання.** 2022/2023.

**Семестр.** II.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Монтрін І.І., канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу.

**Результати навчання.** Формування у студентів цілісної системи теоретичних знань та практичних навичок щодо особливостей здійснення маркетингової діяльності з застосуванням сучасних інтернет-технологій та відповідних інструментів для ефективного досягнення стратегічних та оперативних цілей підприємства.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження», «Прямий маркетинг», «Реклама в Інтернеті», «Копірайтинг», «Електронна торгівля», «Технології цифрового маркетингу».

**Зміст.** Основне поняття, сутність, цілі та принципи інтернет-маркетингу. Місце інтернет-маркетингу в загальному маркетингу, його відмінність, переваги та недоліки. Бізнес-моделі в Інтернет. Маркетингові інтернет-стратегії. Структура інтернет-маркетингу. Поняття та особливості Email-маркетингу. Створення Email-компаній. Сутність та основні завдання SEO. Принципи просування у соціальних мережах. Переваги та недоліки SMM. Характеристика та

особливості сучасних соціальних мереж: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn. Принципи оформлення сторінок в різних соціальних мережах. Оформлення постів. Симбіоз маркетингу впливу, просування у соціальних мережах та контент-маркетингу. Вибір обличчя бренду. Категорії агентів впливу, залежно від кількості підписників.

#### **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. від традиційного до цифрового: посібник для кожного спеціаліста з маркетингу. – К.: КМ Букс, 2019. – 224 с.
2. Литовченко І. Інтернет-маркетинг : навч.посіб. / І. Литовченко, В. Пилипчук. – Київ: ЦУЛ, 2017. – 184 с.
3. Воронюк А. Актуальний Інтернет-маркетинг: монографія / А.Воронюк, О.Поліщук – Київ: Агенство «ІРІО», 2018. – 160 с.

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

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

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

#### **Методи оцінювання:**

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

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.5. Назва. [МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТ.](#)**

**Тип.** Обов'язкова.

**Рік навчання.** 2022/2023.

**Семестр.** II.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Яцишина Л.К., проф., канд. техн. наук, проф. кафедри маркетингу.

**Результати навчання.** Формування у студентів системи знань, компетентності та набуття практичних навичок щодо уміння аналізувати систему управління маркетинговими і рекламними службами підприємства; здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття маркетингових рішень, розробляти маркетинговий і рекламний плани підприємства та маркетингові програми надання й просування цінності; оцінювати задоволення

споживачів; розробляти маркетингові програми за елементами комплексу маркетингу; визначати особливості управління холістичною маркетинговою організацією; контролювати й аналізувати результати маркетингової діяльності.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові товарна та цінова політики».

**Зміст.** Маркетинг менеджмент: теоретичні та методологічні основи. Основні етапи процесу маркетинг менеджменту. Процес прийняття маркетингових рішень. Системний аналіз у процесі прийняття маркетингових рішень. Діагностика конкурентного середовища в системі маркетингу. Бенчмаркінг як функція маркетингових досліджень. Управління процесом маркетингового планування та характеристика його основних етапів: аналіз проблеми, визначення мети маркетингової діяльності, пошук альтернатив вирішення існуючої проблеми, прогнозування розвитку, оцінка найкращого варіанта вирішення проблеми, прийняття рішення та постановка планового завдання, супроводження плану. Стратегічне маркетингове планування. Тактичне і оперативне маркетингове планування. Вимоги до ефективної організації маркетингового планування. Розробка маркетингових програм. Управління комплексом маркетингу на підприємстві. Маркетинговий менеджмент в соціальних мережах. Контролінг і ефективність маркетингу. Маркетинговий аудит. Маркетинговий аудит підприємства роздрібною торгівлі. Контроль і аналіз маркетингової діяльності. Маркетинг менеджмент підприємства малого бізнесу. Оцінка ефективності маркетингу на основі системи збалансованих показників.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / О.А. Біловодська . – К.: Знання, 2010. – 332 с.
2. Яцишина Л.К. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Л.К. Яцишина. – К. : МВЦ «Медінформ», 2013. – 323 с.
3. Сливоцький А., Вебер К. Мистецтво творення попиту. Як передбачити прагнення покупців: підручник / А. Сливоцький, К. Вебер. – К. : Знання, 2012. – 342 с.

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

– лекції (оглядова/тематична/ проблемна/ лекція-консультація/лекція-конференція /лекція із заздалегідь запланованими помилками);

– практичні заняття (тренінг/презентація/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація/ симуляція/ модерація/ моделювання ситуацій/ «мозкова атака» /тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах/інше)

**Методи оцінювання:**

– поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого дайджесту/ презентації індивідуального творчого завдання/ ситуаційні завдання/ захист проєктів/ творча олімпіада тощо);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.6. Назва. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕКЛАМІ.**

**Тип.** Обов'язкова.

**Рік навчання.** 2023/2024.

**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», «Реклама в інтернеті»

**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. Cathy Hackl, Samantha G. Wolfe. Marketing. New Realities: An Introduction to Virtual Reality & Augmented Reality Marketing, Branding, & Communications : Meraki Press, 2017. – 140 p.

2. Jon Peddie. Augmented Reality: Where We Will All Live : Springer; 1st ed, 2017. – 360 p.

3. Sean Morey, John Tinnell. Augmented Reality: Innovative Perspectives Across Art, Industry, and Academia : Parlor Press, 2016. – 368 p.

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

– лекції (оглядова/тематична);

– практичні/лабораторні заняття (презентація/ імітація/ моделювання ситуацій/ тренажерні завдання/ робота в малих групах/індивідуальні завдання).

**Методи оцінювання:**

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

– підсумковий контроль – екзамен.

**Мова навчання та викладання.** Українська.

**4.7. Назва. УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ.**

**Тип.** Обов'язкова.

**Рік навчання.** 2022/2023.

**Семестр.** III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Бай С. І., проф., д-р екон. наук, зав. кафедри менеджменту; Присяжнюк А. Ю., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту (пройшла стажування в Університеті центрального Ланкаширу м. Престон в рамках програми ЄС Еразмус+ «Навчальна (академічна) мобільність»).

**Результати навчання.** Формування у майбутніх фахівців цілісної системи теоретичних знань та практичних навичок з управління змінами в організаціях, розуміння принципів та особливостей застосування сучасного інструментарію реалізації змін та вироблення навичок щодо оцінювання ефективності та результативності управління змінами.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економіка і фінанси підприємства», «Менеджмент».

**Зміст.** Природа, джерела та необхідність проведення змін. Глобальне середовище змін. Локальне середовище змін. Типологізація змін в організації. Процес управління змінами в організації. Організаційна діагностика та оцінка готовності організації до змін. Проектний підхід до управління змінами. Мотивація та контроль впровадження змін. Моделі управління змінами в організації. Методи та інструменти управління змінами. Зміни в групах і командах в організації. Зміни в організаційній культурі. Сприйняття та реакція працівників на зміни в організації. Керівництво та лідерство в управлінні змінами. Організаційний розвиток як результат змін. Розвиток організацій, що навчаються. Результативність та ефективність управління змінами.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Буднік, М.М. Управління змінами: підручник / М. М. Буднік, Н. М. Курилова. – Київ: Кондор, 2017. – 225 с.

2. Управління змінами: Підручник / А. А. Мазаракі, С. І. Бай, І. П. Миколайчук [та ін.]; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Київ: Київ.

Нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 544 с.

3. Frank V. Change Management – Manage the Change or It Will Manage You. / Voehl, Frank, Harrington, H. James; Productivity Pr., 2016. – 390 p.

#### **Заплановані навчальні заходи та методи викладання.**

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: проблемні – лекції, метод кейс-стаді,

– практичні завдання з використанням інформаційних технологій, розробка та презентація проектів, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, участь у рольових іграх, виконання практичних та аналітичних вправ, виїзні заняття, застосування елементів дистанційного навчання, самостійна робота студентів.

#### **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.

#### **4.8. Назва. AUDIO@VIDEO PRODUCTION.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

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

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

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

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

#### **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Курінна Г.В. Сценарна майстерність на телебаченні. Теледраматургія: навч. посібн. / Г. В. Курінна. — Х. : ХДАК, 2013. – 189 с.



2. Лісневська А.Л. Мистецтво телевізійного репортажу : навч.-метод. посіб. для студ. за напрямом підготов. «Кіно-, телемистецтво», «Тележурналістика» / А. Л. Лісневська, Т. Коже- новська ; Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. - Луганськ : ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2013. - 188 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://elibrary.kubg.edu.ua/4057/1/O\\_Lisnevskia\\_MTR\\_GI.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/4057/1/O_Lisnevskia_MTR_GI.pdf)

3. Захожай З.В. Проблемы социокультурного развития и художественного дискурса в аспекте коммуникационных процессов и связей / Монографія / З.В. Захожай, Л.И. Горенко. – К. : КиМУ. – 2018. – 82 с.

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

– лекції (оглядова/тематична);

– практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні та групові завдання).

**Методи оцінювання:**

– поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, творчого проекту);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### 4.9. Назва. **БІЗНЕС-ІНЖИНІРИНГ**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Гейдор А.П., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри економіки та фінансів підприємства.

**Результати навчання.** Формування теоретичних знань та практичних навичок створення нового бізнесу (*startup company*), побудови бізнес-моделі та процесної моделі організації, обґрунтування необхідних передумов ефективного управління бізнесом.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг».

**Зміст.** Сутність, принципи та складові бізнес-інжинірингу. Інформаційні системи та технології в бізнес-інжинірингу. Генерування бізнес-ідеї. Мистецтво презентації бізнес-ідеї. Бізнес-моделі: сутність, стилі та шаблони. Формування (дизайн) бізнес-моделі конкретного бізнесу. Сутність, зміст та концептуальні засади класифікації бізнес-процесів. Створення (дизайн) бізнес-процесів в межах визначеної бізнес-моделі. Управління бізнес-процесами

підприємства. Методика оцінювання ефективності бізнес-процесів. Стратегія та реалізація бізнес проекту. Система збалансованих показників ефективності бізнес-проекту.

#### **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/заходи.**

1. Ареф'єва О. В. Інжиніринг бізнес-процесів: принципи та технологія: навчальний посібник / О. В. Ареф'єва, І. Є. Мельник. – К. : ГРОТ, 2010. – 253 с.

2. Рапопорт Б. Інжиніринг та моделювання бізнесу: монографія / Б. Рапопорт, А. Скубченко. – К.: «Інфра-М», 2013. – 168 с.

3. Загорна Т.О. Формування бізнес-моделі підприємства. навчальний посібник / Т.О. Загорна, А.О. Коломицева. – Донецьк: СПД Купріянов. – 2010. - 403 с.

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

– лекції (оглядова / тематична / проблемна / із запланованими помилками);  
– практичні/ (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / моделювання ситуацій / «мозковий штурм» / тренажерні завдання / метод кейс-стаді / робота в малих групах та ін.).

#### **Методи оцінювання:**

– поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; презентація проекту / розрахунково-аналітичної роботи / ситуаційного завдання та ін.);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.10. Назва. ЕЛІТНІ ТОВАРИ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

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

**Результати навчання.** Студенти повинні знати: сутність поняття luxury товарів та їх відмінні особливості; класифікацію брендів і марок на ринку фешн-індустрії; ознаки, що дозволяють відрізнити товари від кутюр, прет-а-порте де люкс, прет-а-порте, дифузні і бридж-бренди; мотиви споживання елітних товарів; асортимент та відмінні особливості дизайнерських товарів; характеристику брендів, які диктують моду в категорії luxury; характеристику логотипів відомих брендів luxury товарів.

Студенти повинні вміти: визначати відмінні особливості елітних



товарів; відрізняти luxury товари від люкс та преміям; систематизувати фактори споживання елітних товарів; аналізувати асортимент елітних товарів різних сегментів; розрізняти відомі дизайнерські бренди елітних товарів.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Товарознавство. Харчові продукти», «Товарознавство. Непродовольчі товари», «Організація торгівлі», «Маркетинг», «Економіка торгівлі».

**Зміст.** Загальні поняття про luxury товари. Властивості та якісні характеристики елітних товарів. Ексклюзивні ювелірні вироби. Елітні годинники. Антикваріат. Елітний одяг на ринку фешн-індустрії. Постільна та столова білизна класу Luxe. Взуття категорії Luxury. Елітні галантерейні вироби. Елітна парфумерія та косметика. Елітний столовий посуд та художньо-декоративні вироби. Елітні електронні товари та музичні інструменти. Елітні товари для спорту. Елітні транспортні засоби. Будівельні товари преміум класу. Електротовари класу «преміум» та «люкс». Елітні алкогольні напої. Продовольчі товари сегменту Luxury.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Перелік товарів, які належать до предметів розкоші: Постанова Кабінету міністрів України від 16.05.2017р. №746. - <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/79611655>
2. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды: підручник - К.: Баланс Бизнес Букс. – 2011. – 400 с.
3. Уайт Н., Гриффитс Й. Fashion-бизнес: теория, практика, феномен: посібник, – Минск: «ГревцовПаблицер». - 2008. – 272с. 96

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

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

**Методи оцінювання:**

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

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.11. НАЗВА. КОНСЮМЕРСЬКЕ ПРАВО.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, науковий ступінь, посада.** Микитенко Л.А. доц., кан. юрид.наук, доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права.

**Результати навчання.** Вивчення дисципліни передбачає підготовку, в результаті якої студенти повинні знати: основні поняття та складові системи споживчого права; загальне та спеціальне законодавство України в сфері захисту прав споживачів; історичні передумови розвитку конsumerського руху у світі та його вплив на розвиток споживчого законодавства в Україні; основоположні принципи діяльності державних органів з питань захисту прав споживачів та їх повноваження; права та обов'язки споживачів; способи захисту прав споживачів; особливості застосування відповідальності за порушення прав споживачів.

Студенти повинні вміти: орієнтуватися у чинному споживчому законодавстві, вміти правильно тлумачити чинне законодавство і застосовувати його на практиці, вірно обрати відповідні спеціальні правові норми в споживчому законодавстві, основні засоби державного регулювання захисту прав споживачів; основні права споживачів у разі придбання товару неналежної якості; вирішувати спори у споживчій сфері складати претензії до суб'єктів господарювання та позовні заяви до суду про порушення прав споживачів, робити висновки і надавати пропозиції щодо правомірності застосування цивільної, адміністративної, господарської відповідальності, адміністративно-господарських санкцій за порушення споживчого законодавства.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Правознавство», «Господарське право».

**Зміст.** Поняття споживчого права як правового інституту. Конsumerизм як всесвітній соціально-політичний рух. Правове значення, мета та завдання Керівних принципів ООН на захист інтересів споживачів. Загальна характеристика законодавства України про захист прав споживачів. Правові основи та характеристика Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів. Державний захист своїх прав та гарантований рівень споживання як основні права споживачів. Загальна характеристика основних прав та обов'язків споживачів.

Організаційно-правове регулювання захисту прав споживачів. Система і повноваження органів влади у сфері захисту прав споживачів. Правове регулювання захисту прав споживачів у сфері роздрібної купівлі-продажу. Права споживачів у разі придбання товарів неналежної якості. Порядок пред'явлення вимог споживача

щодо якості придбаного товару. Порядок обміну товару неналежної якості. Права споживачів у разі виявлення недоліків чи фальсифікації товару протягом гарантійного або інших строків. Правове регулювання захисту прав споживачів у сфері виконання робіт та надання послуг. Правила торговельного обслуговування населення на ринку споживчих товарів. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

#### **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби**

1. Захист прав споживачів страхових послуг : монографія / Г.О. Ільченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 184 с.
2. European commission: communication from the commission to the european parliament, the council, the economic and social committee and the committee of the regions. [Електронний ресурс: режим доступу]: [http://ec.europa.eu/consumers/eu\\_consumer\\_policy/our-strategy/documents/consumer\\_agenda\\_2012\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/eu_consumer_policy/our-strategy/documents/consumer_agenda_2012_en.pdf)
3. Сайт Комітету Європарламенту з питань внутрішнього ринку ЄС та захисту прав споживачів: [Електронний ресурс: режим доступу]: <http://www.europarl.europa.eu/committees/en/imco/home.html>

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

- лекції: оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація, лекція-дискусія тощо;
- семінарські, практичні заняття (тренінг, презентація, дискусія, комунікативний метод, есе, вирішення практичних ситуаційних завдань, робота в малих групах та інші види), самостійна робота, консультації.

#### **Методи оцінювання:**

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

**Мова навчання.** Українська.

#### **4.12. Назва. КОРПОРАТИВНЕ ПРАВО.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, науковий ступінь, посада.** Пальчук П.М., доцент, канд. юридичних наук, доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права.

**Результати навчання.**

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати: поняття, предмет та основні принципи корпоративного права; основні джерела корпоративного права; сутність основних інститутів корпоративного права; порядок створення корпорацій та їх припинення; правове регулювання корпоративного управління корпораціями уповноваженими суб'єктами; майнові права та обов'язки учасників корпоративних відносин та засади їх правового регулювання; визначення особливостей функціонування корпорацій із спеціальним статусом, в тому числі створених за участі суб'єктів публічного права.

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

«Теорія держави і права», «Цивільне право», «Адміністративне право і процес», «Трудове право», «Господарське право».

**Зміст.** Поняття і ознаки корпоративного права. Система корпоративного права та характеристика його основних інститутів. Джерела корпоративного права. Суб'єкти корпоративних відносин та їх види. Правовий статус органів управління корпорації, порядок їх формування та повноваження. Способи і механізми захисту прав та законних інтересів суб'єктів корпоративних відносин. Система державних органів, що здійснюють захист корпоративних прав фізичних та юридичних осіб, територіальних громад та держави.

### **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Пальчук П.М. Корпоративне право : навч. посіб. К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2015. 316 с.
2. Господарське право : практикум / А. Г. Бобкова (кер. авт. кол.), Ю. О. Моїсеєв, Ю. М. Павлюченко та ін. ; за заг. ред. А. Г. Бобкової. Харків : Право, 2018. – 592 с.
3. Корпоративне право: навчальний посібник / О.В. Пушкіна, С.В. Несинова, Т.М. Лежнева, І.Б. Пробко, Т.А. Тодорошко; за заг. ред. С.В. Несинової. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 276 с.

### **Заплановані навчальні заходи та методи викладання.**

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції дискусії);
- семінарські заняття (презентація/ дискусія/ комунікативний метод/моделювання ситуацій/ ситуаційні завдання/ моделювання судових засідань/ інше).

### **Методи оцінювання:**

– поточний контроль: тестування, усне або письмове опитування, перевірка підготовленого есе, дайджесту, огляду, звіту, узагальнення

судової практики щодо певного питання, конспекту, презентації, ситуаційного завдання тощо);

– підсумковий контроль - екзамен.

**Мова навчання.** Українська.

#### **4.13. Назва. КОРПОРАТИВНІ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

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

**Результати навчання.** Формування у студентів розуміння та практичних навичок роботи у сфері зв'язків з громадськістю у корпоративному сегменті.

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Копірайтинг», «Теорія зв'язків з громадськістю».

**Зміст.** Зовнішні та внутрішні корпоративні зв'язки з громадськістю. Засоби корпоративної репутації. Корпоративна соціальна відповідальність. Стратегічний та тактичний горизонти у корпоративних зв'язках з громадськістю. Основні документи та методичне забезпечення діяльності ПР-мена в корпоративному сегменті.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Мориарти С. Связи с общественностью и интегрированная маркетинговая коммуникация: преимущества интеграции. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [spot.colorado.edu/~moriarts/prarticles.html](http://spot.colorado.edu/~moriarts/prarticles.html)

2. Ромат Є.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик. – Київ : Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 284 с.

3. Тихомирова, Є.Б. Корпоративні комунікації : Посібник / Є.Б. Тихомирова – Луцьк: Вежа-Друк, 2013. - 216 с.

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

– лекції (оглядова/тематична);

– практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

**Методи оцінювання:**

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

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.14. Назва. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Коноплянникова М.А., канд. екон. наук, доц. кафедри маркетингу.

**Результати навчання.** Засвоєння теоретичних засад здійснення маркетингового аналізу та конкретних методів і прийомів його застосування. Формування необхідних знань і базових професійних компетентностей на основі теоретичних положень і практичних надбань щодо сучасних методів здійснення маркетингового аналізу та можливостей їх застосування в практичній діяльності вітчизняних підприємств.

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

**Зміст.** Сутність та призначення маркетингового аналізу. Здійснення маркетингового аналізу за допомогою спеціального програмного забезпечення. Описові статистики при здійсненні маркетингового аналізу. Кореляційний та регресійний аналіз при здійсненні маркетингового аналізу. Графічні методи аналізу та їх значення при здійсненні маркетингового аналізу. Факторний аналіз при здійсненні маркетингового аналізу.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Економічний аналіз : навч. посіб. [для студ. екон. вузів] / М.А.Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов, А.П. Заросило ; за ред. М.Г. Чумаченка. – Київ : КНЕУ, 2011. – 540 с.

2. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посіб. [для студ. вищ. закл. освіти] / Т.І. Макаренко. – Київ : Центр навч. л-ри, 2015. – 154 с.

3. Ортинська, В.В. Маркетингові дослідження : підручник. / Ортинська В.В., Мельникович О.М. – 2-ге вид. доповн. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.

**Заплановані навчальні заходи та методи викладання:**

– лекції (оглядова, тематична, лекція-консультація);

– практичні заняття (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах, виконання індивідуальних завдань в спеціальному програмному забезпеченні SPSS).

**Методи оцінювання:**

– поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого звіту, презентації, ситуаційні завдання);

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

**4.15. Назва. МАРКЕТИНГОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Суслowa Т.О., канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу.

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

**Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.** «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові товарна та цінова політики».

**Зміст.** Вивчення теоретичних основ формування маркетингових інформаційних систем та вирішення маркетингових завдань, а саме: використання нових інформаційних технологій в умовах розвитку споживчого ринку України; комп'ютеризація діяльності служб маркетингу; планування та впровадження маркетингових інформаційних систем; інформаційні технології прийняття маркетингових рішень; застосування маркетингових інформаційних технологій в діяльності підприємств торгівлі.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. 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 , 2010. – 222 с.

2. 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, 2011. – 251 с.

3. Сайт Менеджмент.юа. Розділ: Інформаційні системи та технології // Режим доступу <http://www.management.com.ua/>

#### **Заплановані навчальні заходи та методи навчання:**

– лекції (оглядова/тематична/ лекція-консультація);  
– лабораторні заняття (тренінг/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація/ моделювання ситуацій /тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах/інше).

#### **Методи оцінювання:**

– поточний контроль (тестування; перевірка та обговорення підготовленого звіту/ індивідуального проекту /задачі /ситуаційних завдань/ захист проектів)  
– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

### **4.16. Назва. МЕДІАДИЗАЙН.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Файвішенко Д.С., д. екон. наук., зав. 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 лоGRIDів 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. Сильові практики та їх відображення в сучасному медіадизайні. Аудиторія нових медіа: особливості візуального залучення.

#### **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: навч. посібник / лабораторний практикум/ Г.В. Алданькова. – К. : КНТЕУ, 2018. – 256 с.

2. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник/ З.Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен/ Перекл. з нім. П.Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.

3. Підручник з крос-медіа / видавці: Іоанна Нарчіса Крецу, Міхаїл 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.

### **4.17. Назва. ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Скрипкін О.Г., доц., к.психол.н., доц. кафедри психології.

**Результати навчання.** Володіти теоретичними знаннями та інструментальними, міжособистісними, системними та фаховими компетентностями, що дасть змогу усвідомити психологічні особливості управлінської діяльності, аналізувати сукупність психічних явищ і відносин в організації, що виникають в процесі

управління та регулювати їх психологічними методами у практичній діяльності.

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

**Зміст.** Теоретико-методологічні основи психології управління. Психологічні особливості компонентів і функцій психології управління. Методи психології управління. Особистість в психології управління. Стиль, як соціально-психологічна проблема управління. Психологія ділового управлінського спілкування. Психологічна характеристика суб'єкт - об'єктної взаємодії в психології управління. Передумови та рушійні сили розвитку керівника. Мотиваційна сфера особистості керівника. Психологічна готовність керівника до управлінської діяльності. Психологічні основи прийняття управлінських рішень. Психологія управління конфліктами. Психологічні аспекти кадрової політики. Психологічні особливості формування іміджу організації. Здоров'я та професійне довголіття керівника.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:**

1. Ходаківський Є.І. Психологія управління: Підручник / 5-те вид. перероб. та доп. Х-69 [текст] / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 492 с.

2. Карамушка Л.М., Москальов М.В. Психологія підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації: монографія / Л.М. Карамушка, М.В. Москальов. – К. – Львів: Сполом, 2014. – 216 с.

3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління : посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академ. вид., 2013. – 568 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, мозковий штурм, виїзні заняття).

**Методи оцінювання.**

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

– підсумковий контроль (екзамен)

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.18. Назва. РИЗИКИ В МАРКЕТИНГУ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Бондаренко О. С., проф., докт. екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу.

**Результати навчання.** Формування у студентів сучасної цілісної системи знань у сфері управління ризиками, набуття практичних навичок застосування у майбутній професійній діяльності інструментарію ідентифікації, оцінки та зниження маркетингових ризиків, а також прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації.

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

**Зміст.** Сутність ризиків у маркетингу. Управління маркетинговими ризиками. Методи кількісної оцінки ризиків. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації. Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків. Ефективність маркетингових заходів з урахуванням ставлення до ризику.

**Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Герасимчук Н. А. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. А. Герасимчук, Т. В. Мірзоєва, О. А. Томашевська. – Київ : Компринт, 2013. – 320 с.

2. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. / Т. С. Клебанов, О. В. Мілов, С. В. Мілевський та ін. – Харків : ХНЕУ, 2010. – 264 с.

3. Федулова І. В. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. для студентів екон. спец. / Федулова І. В., Скопенко Н. С. – К. : Компринт, 2016. – 292 с.

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

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

**Методи оцінювання.**

– поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених вправ, задач, ситуаційних завдань)

– підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.

#### **4.19. Назва. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ.**

**Тип.** За вибором.

**Рік навчання.** 2022/2023, 2023/2024.

**Семестр.** I-III.

**Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.** Кармазінова В.Д., канд. екон. наук, ст. викладач кафедри маркетингу.

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

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

**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. Чеботар С.І. Маркетинг: Навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій. – Київ: «Наш час, 2007. – 504 с.

3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: навч. посібник для студентів вищих навч.закладів / Т. О. Примак. — К. : Ельга;Ніка-Центр, 2008. — 280 с.

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

– лекції (оглядова/тематична);

– практичні заняття (презентація, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод Кейс-стаді, модерація, робота в малих групах).

**Методи оцінювання:**

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, дайджесту; ситуаційні завдання; захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

**Мова навчання та викладання.** Українська.