

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

Факультет торгівлі та маркетингу

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація	«Бренд-менеджмент»
Освітній ступінь	«магістр»

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
1. Загальна інформація про університет	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	15
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
2. Загальна інформація для студентів	17
2.1. Відділ обліку студентів	17
2.2. Умови проживання	17
2.3. Харчування	18
2.4. Вартість проживання	19
2.5. Фінансова підтримка для студентів	19
2.5.1. Стипендіальне забезпечення студентів	19
2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках	20
2.5.3. Фінансове забезпечення студентів з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування	21
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)	29
2.12. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі	29
2.13. Мовні курси	30
2.14. Можливості для практичної підготовки	30
2.15. Дуальна форма освіти	32
2.16. Умови для занять спортом і відпочинку	33
2.17. Студентські організації	33
3. Освітня програма	35
4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)	48

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

Електронна пошта приймальної комісії: 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

Офіційний сайт: www.knute.edu.ua

Офіційна сторінка ДТЕУ в соціальній мережі «Facebook»:

Офіційній сторінка ДТЕУ в соціальній мережі «Instagram»:

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.

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

печення, 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 підприємств, 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

**Мазаракі
Анатолій
Антонович**

Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, Премії Кабінету Міністрів України за розробку інноваційних технологій

Притульська Наталія Володимирівна 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	051	051	Цифрова економіка	051	Цифрова

поведінкові науки	Економіка	Економіка	(Digital Economics)	Економіка	економіка (Digital Economics)
			Міжнародна економіка (International Economics)		Міжнародна економіка (International Economics)
			Економіка бізнесу		Економіка та безпека бізнесу
			Економіка торгівлі		
			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		
06 Журналістика		061 Журналістика	Реклама і зв'язки з громадськістю	061 Журналістика	Реклама
07 Управління та адміністрування	071 Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування	071 Облік і оподаткування	Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі
					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	072 Фінанси, банківська справа та страхування	Публічні фінанси
			Міжнародні фінанси		Міжнародні фінанси
			Банківська справа		Державний аудит
					Управління банківським бізнесом
			Фінансове посередництво		Фінансове посередництво (Financial Mediation)
			Цифрові фінанси		Фінансові технології в бізнесі
073 Менеджмент	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності(Management of Foreign Economic Activiti)	073 Менеджмент	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності (Management of Foreign Economic)	
		Міжнародний менеджмент		Міжнародний менеджмент	
		Менеджмент антимонопольної діяльності		Фінансовий менеджмент (Financial	

					Management)
			Управління бізнесом		Управління бізнесом (Management Business)
			Торговельний менеджмент (Trade Management)		Торговельний менеджмент (Trade Management)
			Менеджмент персоналу (HR Management)		Менеджмент 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		
			Фармацевтичний менеджмент		Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент (Tourist Resort and Recreation Management)
					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 Підприємство, 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
08Право		081 Право	Комерційне право	081 Право	Комерційне право
			Фінансове право		Фінансове право
			Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності		Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності
			Цивільне право і процес		Цивільне право і процес
12 Інформаційні технології		121 Інженерія програмного забезпечення	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		
18 Виробництво та технології	181 Харчові технології	181 Харчові технології	Технологія та організація ресторанного бізнесу	181 Харчові технології	Крафтові технології
			Ресторанні технології та фуд дизайн		Ресторанні технології та бізнес
23 Соціальна робота		232 Соціальне забезпечення	Соціальне забезпечення		
24 Сфера обслуговування	241 Готельно-ресторанна справа	241 Готельно-ресторанна справа	Готельно-ресторанна справа (Hotel and Restaurant Business)	241 Готельно-ресторанна справа	Готельний і ресторанний девелопмент
					Міжнародний готельний та ресторанний бізнес (International hotel and restaurant business)
		242	Міжнародний туризм	242	Міжнародний

		Туризм	(International Tourism) Економіка і організація туризму	Туризм	туристичний бізнес (International tourist business)
			Цифровий туризм (Digital Tourism)		
28 Публічне управління та адміністрування		281 Публічне управління та адміністрування	Публічне управління та адміністрування	281 Публічне управління та адміністрування	Публічне управління та адміністрування
29 Міжнародні відносини		291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії	Міжнародні відносини та економічна дипломатія	292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародний бізнес
		292 Міжнародні економічні відносини	Міжнародна торгівля		Світова торгівля
		293 Міжнародне право	Міжнародне право		Міжнародне право

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

Інформація щодо умов прийому на навчання за освітніми ступенями «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 контролю, 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 (проєктів) 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 випускну кваліфікаційну роботу (проєкт); 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 лішко-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, актовa зала (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 оснащено 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 – футбол, шахи та шашки.

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
Вища паризька школа комерції (ESCPEurope) м. Париж, Франція	Master (магістр)	• Менеджмент	2 роки	Очна	Французька, Англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Університет Парі Ест Кретей (Universite Paris- Est Creteil) Інститут адміністрування підприємств Густава Ейфеля м. Париж, Франція	Licence (бакалавр)	• Управління та економіка	1 рік	Очна	Французька	– Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	• Менеджмент • Маркетинг • Фінанси	1–2 роки		Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Бізнес-школа «Audencia» м. Нант, Франція	Master (магістр)	• Менеджмент	1,5 року	Очна	Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра
	Літня та зимова спеціалізовані школи з економіки та менеджменту		Тематичні тиж- ні на вибір	Очна	Англійська	– Знання англійської мови – рівень B2, – Щонайменше 2 роки навчання у КНТЕУ

ЗВО-партнер, країна	Освітній ступінь	Спеціальність	Термін навчання	Форма навчання	Мова програми	Вимоги
Університет Гренобль Альпи <i>(Université Grenoble Alpes)</i> Економічний факультет м. Гренобль, Франція	Licence (бакалавр)	<ul style="list-style-type: none"> Економіка і управління 	1 рік	Дистанційна, очна	Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B1/B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ
	Master (магістр)	<ul style="list-style-type: none"> Управління організаціями в рамках міжнародної співпраці Управління людськими ресурсами 	2 роки	Дистанційна	Французька, англійська	– Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра
Університет Центрального Ланкаширу <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"> Міжнародні бізнес-комунікації 	1 рік			– Знання англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра

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

2.11. 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 зовнішньоекономічної 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 (DELF-DALF, 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

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 стейкхолдерами**. 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/), 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 «Бренд-менеджмент»),

гарант освітньої програми к.т.н.,
доцент кафедри маркетингу КЛІБАНСЬКА О.М.

3.1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

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

програми та спеціалізації	Формування фахової компетентності щодо вміння управляти бренд-маркетинговою діяльністю підприємства. Ключові слова: бренд, брендинг, бренд-менеджмент, бренд-орієнтоване підприємство, індивідуальність бренду, комунікації бренд-менеджменту, позиціонування бренда.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері бренд-менеджменту; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють маркетингову діяльність.
4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: бренд-менеджер, директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетинг); начальник комерційного відділу; професіонали у сфері маркетингу, а саме: консультант з ефективності підприємництва; консультант з маркетингу; логіст; рекламіст; фахівець з державних закупівель; фахівець з ефективності підприємництва; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог, бренд-менеджер, категорійний менеджер); фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг, бренд-менеджмент); науковий співробітник (маркетинг, бренд-менеджмент); науковий співробітник-консультант (маркетинг, бренд-менеджмент).
Подальше навчання	Подальше навчання – здобуття третього рівня вищої освіти і отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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. Студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику, навчання через проведення ділових ігор, компетентнісний підхід в побудові та

	реалізації навчальних програм.
Оцінювання	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».
6- Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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
Загальні компетентності (ЗК)	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. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні компетентності (фахові)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу

	<p>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>СК10. Здатність використовувати при формуванні бренд-стратегії і тактики релевантні правові норми та обмеження.</p> <p>СК11. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговими комунікаціями ринкового суб'єкта в умовах невизначеності.</p> <p>СК12. Здатність аналізувати та формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта у сфері публічного управління</p> <p>СК13. Здатність формувати стратегію розвитку брендів елітних товарів/послуг</p>
7 - Результати навчання	
	<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>Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням</p>

	<p>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 бренд-стратегії і тактики релевантні правові норми та обмеження.</i></p> <p><i>P17. Здійснювати вибір і застосування ефективних засобів управління маркетинговими комунікаціями ринкового суб'єкта в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>P18. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта у сфері публічного управління</i></p> <p><i>P19. Вміти формувати і вдосконалювати стратегію розвитку брендів елітних товарів/послуг</i></p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку магістрів зі спеціалізації «Бренд-менеджмент» є кафедра маркетингу КНТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти. 100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мульти-</p>

	<p>медійним 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>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<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): https://knute.edu.ua</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: http://ldn.knute.edu.ua</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.</p> <p>Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Університет Парі Ест Кретеї (м. Париж, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту. 2. Бізнес-школа «Ауденсія» (м. Нант, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка, менеджмент та бізнес-адміністрування. <p>Для науково-педагогічного персоналу: мобільність</p>

	<p>з метою викладання.</p> <p>3. Університет Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою стажування.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЕКТС, що додатково передбачені навчальним планом.</p>

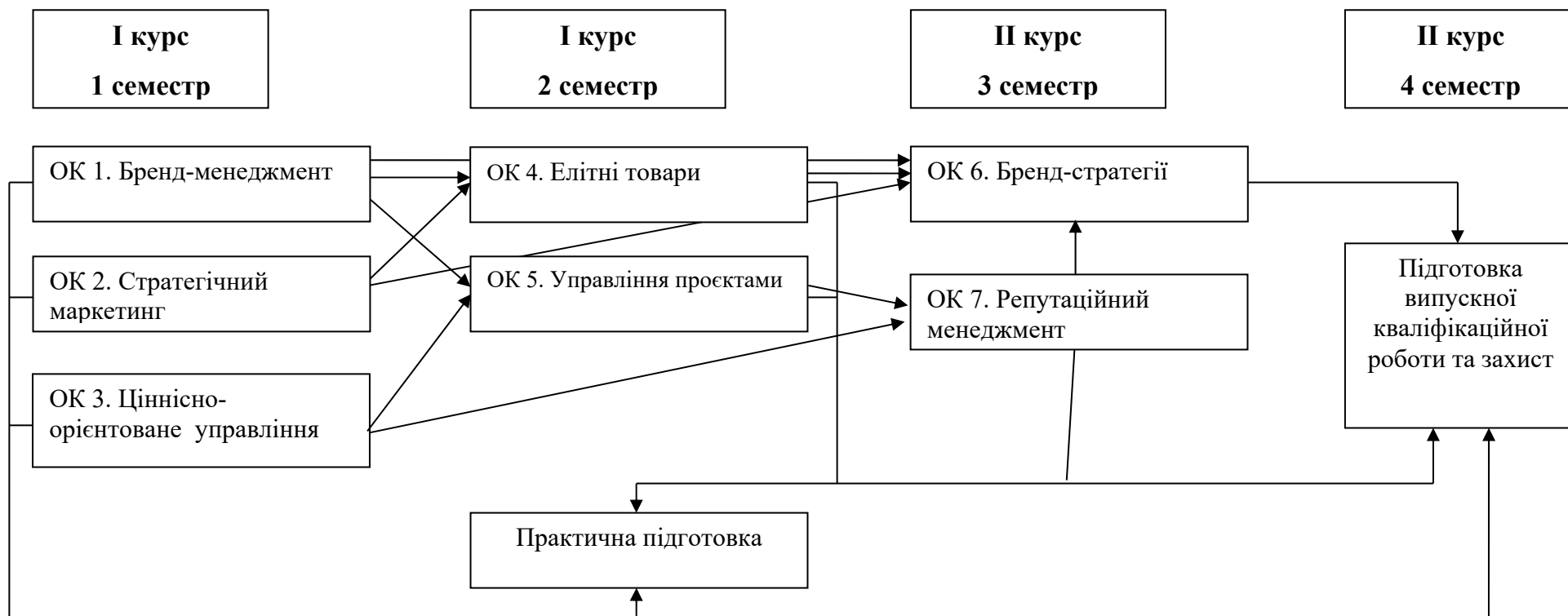
3.2 Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

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
Обов'язкові компоненти ОП		
OK1	Бренд-менеджмент	6
OK2	Стратегічний маркетинг	6
OK3	Ціннісно орієнтоване управління	6
OK4	Елітні товари	7,5
OK5	Управління проектами	7,5
OK6	Бренд-стратегії	6
OK7	Репутаційний менеджмент	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент		45
Вибіркові компоненти ОП		
BK1	Бізнес-інжиніринг	6
BK2	Інвестиційне право	6
BK3	Інтернет-маркетинг	6
BK4	Комерційне право	6
BK5	Корпоративні зв'язки з громадськістю	6
BK6	Маркетинговий аналіз	6
BK7	Маркетингові інформаційні системи	6
BK8	Мобільний маркетинг	6
BK9	Психологія управління	6
BK10	Ризики в маркетингу	6
BK11	Управління Luxury сервісом	6
BK12	Управління змінами	6
BK13	Управління лояльністю споживачів	6
Загальний обсяг вибірових компонент		24
Практична підготовка		
	Практична підготовка	9
Атестація		
	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та	12
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

3.2.2 Структурно-логічна схема ОП



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 кваліфікаційної роботи, що містить інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

3.4.1 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				*			

3.4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вбірковим компонентам освітньої програми

Компоненти Компетентності	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13
	ЗК1		*		*		*			*	*		
ЗК2												*	*
ЗК3	*		*			*							
ЗК4		*		*	*			*		*		*	
ЗК5				*	*				*				*
ЗК6		*		*		*	*			*	*		
ЗК7				*	*				*			*	*
ЗК8	*							*					
СК1			*							*		*	
СК2								*		*			
СК3						*							
СК4	*	*		*							*		
СК5						*	*		*				
СК6		*			*			*		*			*
СК7								*	*		*		
СК8			*										
СК9			*			*	*						
СК10		*		*								*	
СК11					*			*	*	*		*	
СК12				*		*							
СК13						*					*		

3.5.1. 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				*			

3.5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибірковими 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	ВК 13
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 «Бренд-менеджмент»

4.1. 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 проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.2. 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. Третякова, 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 задалегідь 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 проєктів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. НАЗВА. ЦІННІСНО ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бойко М.Г., проф., д-р екон. наук, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу, (міжнародний сертифікат – Business Projects (University of Central Lancashire, United Kingdom); Романчук Л.Д., к.е.н., ст. викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, зам декана факультета ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Результати навчання. Засвоєння студентами знань щодо теоретичних та методологічних основ ціннісно орієнтованого управління; його основних концепцій. Набуття практичних навичок щодо формування споживчої цінності продукту (послуги); оцінки соціально-економічної цінності підприємства та споживчої цінності продукту (послуги); визначення впливу брэнда підприємства на зміни його соціально-економічної цінності.

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

Зміст. Теоретичний базис ціннісного орієнтованого управління. Методологічні основи ціннісно орієнтованого управління. Система оцінювання соціально-економічної цінності підприємства. Система оцінювання споживчої цінності продукту (послуги) підприємства. Система оцінювання цінності клієнтської бази підприємства. Прикладні засади імплементації ціннісно орієнтованого управління. Диференціація пропозиції як чинник формування продукції високої споживчої цінності. Формування ціннісно орієнтованої суб'єктності

споживачів. Економічні інтереси у ракурсі цілевстановлення ціннісно орієнтованого управління.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. А.Остервальдер Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти : посібник / Г. Берnard, А. Остервальдер, І Піньє, А Сміт.– К. : [Наш формат](#), 2018. – 317 с.

2. Шук Дж., Ротер М. Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат : посібник / Дж. Шук, М. Ротер.– К. : Pabulum, 2017. – 232 с.

3. [Barnes](#) С., [Blake](#) Н., [Howard](#) Т. · Selling Your Value Proposition: How to Transform Your : textbook / [C. Barnes](#), [H. Blake](#), [T Howard](#). Kogan Page, 2017. – 209 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (тематичні та проблемні), практичні заняття (з використанням інформаційних технологій, кейс-стаді, комунікативних методів).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (опитування, тестування, диспут, вирішення практичних завдань);

– підсумковий контроль (екзамен письмовий).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. НАЗВА. ЕЛІТНІ ТОВАРИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. II.

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; відрізнити luxury товари від люкс та преміям; систематизувати фактори споживання елітних товарів; аналізувати асортимент елітних товарів різних сегментів; розрізнити 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.

4.5. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. 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»); Підкамінний І. М., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців комплексу теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування методів та інструментів управління проектами в процесі планування, організування та контролювання за їх реалізацією з метою підвищення ефективності діяльності організації.

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

Зміст. Загальні положення щодо управління проектами в організації Обґрунтування проекту. Планування проекту. Управління часом виконання проекту. Планування ресурсного забезпечення проекту. Контролювання виконання проекту. Управління ризиками проектів. Управління якістю проекту. Управління проектною командою.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кожушко Л. Ф. Управління проектами: навчальний посібник / Л. Ф. Кожушко, С. М. Кропивко. – К. : Кондор, 2016. – 388 с.
2. Управління проектами. Навчальний посібник / Уклад.: Л. Є. Довгань, Г. А. Мохонько, І. П. Малик. – К.: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.
3. Управління проектами: процеси планування проектних дій [Текст]: підручник / І. В. Чумаченко, В. В. Морозов, Н. В. Доценко, А. М. Чередниченко. – К.: КРОК, 2014. – 673 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: проблемні – лекції;

– практичні завдання з використанням інформаційних технологій, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, презентація, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод Кейс-стаді, модерація, робота в малих групах.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, перевірка виконання ситуаційних вправ та творчих задач, індивідуальних робіт, презентації індивідуальних та групових проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. НАЗВА. БРЕНД-СТРАТЕГІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2023/2024.

Семестр. III.

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

Результати навчання. Формування у студентів сучасної цілісної системи знань у сфері формування бренд-стратегій, набуття практичних навичок проведення стратегічного аналізу бренду, створення, розвитку, зміни і адаптації бренду до ринку, а також стратегічного управління портфелем брендів.

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

Зміст. Сутність, функції та класифікація брендів. Правовий захист брендів. Марочний капітал та його активи. Сутність, класифікація та етапи розробки бренд-стратегії. Стратегічний аналіз бренду. Позиціонування бренду. Асортимент, цінова сегментація, канали збуту та географія продажів. Інтегровані маркетингові комунікації бренду. Організація виконання, контроль та оцінка ефективності бренд-стратегії. Портфельні бренд-стратегії на основі матриці архітектури брендів та матриці Є. Таубера. Стратегії розвитку бренду в часі. Репозиціонування бренду та ребрендинг.

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. Старов С.А. Управление брендами : учебник / С.А. Старов. – 4-е изд., испр. - К.: УАМ, «Вид. Хімджест», 2017. – 500 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 631 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання:

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених презентацій, задач, ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. НАЗВА. РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2023/2024.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Деєва Н. Е., проф., д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту; Беляєва Н. С., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту (пройшла стажування у Щецинському університеті, Польща, в рамках програми ЄС Еразмус+ «Навчальна (академічна) мобільність»).

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок у студентів для вибору моделі репутаційного менеджменту організації; дослідження механізмів репутаційного менеджменту і можливостей їх застосування; застосування технологій формування репутації; реалізація системи управління репутацією; взаємоузгодження діяльності складових репутаційного менеджменту; застосування методів оцінки репутації та методів коригуючої дії на рівень репутації організації.

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

Зміст. Термін «репутація», його історія, особливості і складові. Кроскультурні особливості складових репутації. Складові репутаційного менеджменту. Репутаційний менеджмент у контексті життєвих циклів компанії. Зв'язок влади, капіталу і феномена репутації. Вплив репутації органів управління компанією (топ-менеджменту, ради директорів) на загальну оцінку її репутації. Вплив корпоративної культури на репутацію організації. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні репутації. IPO (InitialPublicOffering) як індикатор репутації компанії. Репутація як компонент гудвілу ("goodwill") і стратегічний актив організації. Проведення аудиту репутації. Визначення комплексу кількісних та якісних показників оцінки репутації. Основні етапи оцінки корпоративного іміджу і репутації. Стратегічний аналіз змін корпоративної репутації. Розробка і реалізація репутаційної безпеки. Технології створення і зміцнення корпоративної репутації. Прогнозування репутаційних втрат. Оцінка репутаційних ризиків організації. Оцінка репутаційного капіталу організації.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Дерев'яно О. Г. Репутаційний менеджмент підприємств: теорія, методологія, практика / О.Г. Дерев'яно ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т харч. технологій. – К. : ДКС Центр, 2016. – 471 с.
2. Baybars-Hawks Banu, Samast Orhan. New Challenges, New Opportunities: Interdisciplinary Perspectives on Reputation Management.

[Electronic resource]. Available at: <http://www.reputationconference.org/wp-content/uploads/2013/10/ebook-en-2012.pdf>

3. Davies G. Reputation Management: Theory versus Practice. / Gary Davies, Louella Miles. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/233665443_Reputation_Management_Theory_Versus_Practice

Заплановані навчальні заходи та методи викладання: Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: тематичні та проблемні лекції, практичні заняття з використанням кейс-стаді, презентацій, творчих та аналітичних задач, вебінарів, виїзних занять, самостійна робота студентів, використання елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, опитування, перевірка індивідуальних / колективних завдань, захист індивідуальних та групових проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. 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. «Макроекономіка», «Мікроекономіка», «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);
– семінарські/ 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.

4.9. НАЗВА. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ПРАВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тищенко Ю.В., доц., канд. юр. наук, доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати: нормативно-правові акти України, що регулюють інвестиційні відносини; суб'єкти та об'єкти інвестиційного права; види інвестиційної діяльності; основні терміни; вміти: застосовувати чинне інвестиційне законодавство; правовими засобами вирішувати ситуації, які виникли в інвестиційних правовідносинах. Основна мета курсу: формування комплексу теоретичних знань з питань інвестиційного права як визначальної економіко-правової категорії сучасного суспільства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.

«Цивільне право», «Господарське право», «Банківське право».

Зміст. Поняття та предмет інвестиційного права. Державне регулювання інвестування та гарантії захисту інвестицій. Корпоративна форма інвестування. Договірна форма інвестування. Інвестування у формі капітального будівництва. Інноваційне інвестування. Правовий режим іноземного інвестування. Спільне інвестування. Юридичний супровід інвестиційної діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Хрімлі О.Г. Захист прав інвесторів у сфері господарювання: підручник / О.Г. Хрімлі. – К.: Юрінком Інтер, 2017. – 320 с.
2. Інвестиційне право : підручник / за заг. ред. Ю.М. Жорнокуя. – Харків : Право, 2015. – 510 с.
3. Інвестознавство: навчальний посібник / А.В. Череп. – К.: Вид. дін «Кондор», 2018. – 398 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії);
- практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій, кейс-стаді).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання. Українська.

4.10. НАЗВА. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Янковець Т.М., доц., к.е.н., доцент каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів компетенцій в сфері інтернет-маркетингу щодо використання інтернет-технологій у маркетинговій діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Технології цифрового маркетингу», «Маркетингові інформаційні системи».

Зміст. Базові поняття інтернет-маркетингу. Роль сайту в маркетинговій діяльності. Аналіз сайту на відповідність вимогам пошукових систем.

Основи e-mail маркетингу. Основні інструменти інтернет-розсилки. Основні інструменти SEO-маркетингу. Маркетинг у соціальних мережах (Social Media Marketing, SMM). Партнерський маркетинг. Influence marketing.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет & маркетинг: навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 184 с.
3. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет у маркетингу: навч. пос., К.: Центр учбової літератури, 2010. — 512с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Використання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядова / тематична, лекція-семінар); практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій, кейс-стаді).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне опитування; демонстрація підготовлених студентами презентацій тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва. КОМЕРЦІЙНЕ ПРАВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-III.

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

Результати навчання. Вивчення дисципліни передбачає підготовку, в результаті якої студенти повинні знати: чинне господарське законодавство, цілі, завдання, принципи, інструментарії комерційного права, правові засади державного регулювання та здійснення торговельної діяльності, правила торговельного обслуговування населення, використання у торговельній діяльності прав інтелектуальної власності, правове регулювання оптового товарообігу, реклами, електронної торгівлі, захисту прав споживачів в сфері роздрібної купівлі-продажу, виконання робіт і надання послуг, питання відповідальності за порушення у сфері торгівлі. Студенти повинні вміти: орієнтуватися у чинному господарському та комерційному законодавстві, вміти правильно тлумачити чинне

законодавство і застосовувати його на практиці, вірно обрати відповідні спеціальні правові норми в зазначених галузях, вирішувати господарські спори, спори у торговельній діяльності, складати позовні заяви до суду про порушення прав, робити висновки і надавати пропозиції щодо правомірності застосування цивільної, адміністративної, господарської відповідальності, адміністративно-господарських санкцій за порушення вимог законодавства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Цивільне право», «Адміністративне право».

Зміст. Поняття та предмет комерційного права. Джерела комерційного права. Проблеми вдосконалення чинного, розробки і прийняття нового законодавства у сфері комерційного (торгового) права. Поняття та види торговельної діяльності. Поняття та класифікація елементів роздрібної торговельної мережі. Порядок оформлення документів на початок роботи торгових об'єктів. Позначення цін у роздрібній торгівлі. Порядок здійснення торговельної діяльності на ринках. Правовий статус ринків. Порядок застосування реєстраторів розрахункових операцій (РРО) в сфері торгівлі. Основні засоби регулюючого впливу держави на торговельну діяльність. Державне регулювання безпечності та якості харчових продуктів. Правові основи стандартизації та сертифікації. Правове регулювання цін і ціноутворення. Правові засади ліцензування та патентування торговельної діяльності. Порядок та особливості здійснення контролю у сфері споживчої політики. Використання у торговельній діяльності прав інтелектуальної власності. Правове регулювання оптового товарообігу. Правові засади здійснення рекламної діяльності в Україні. Правове регулювання електронної торгівлі в Україні. Правові підстави притягнення до відповідальності суб'єктів господарювання за порушення законодавства в сфері торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Іваненко Л.М., Язвінська О.М. Захист прав споживачів : підручник. – К.: Юрінком Інтер, 2015. – 496 с.
2. Комерційне право : навч. посіб. / Л.В. Ніколаєва, Л.А. Микитенко. – К. : КНТЕУ, 2016. – 448 с.
3. Іваненко Л.М. Правове регулювання захисту прав споживачів : навч. посіб. – К. : КНТЕУ, 2016. – 258 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-консультації, лекції-дискусії тощо), практичні заняття (тренінг,

презентація, дискусія, комунікативний метод, реферативні повідомлення, вирішення практичних ситуаційних завдань, робота в малих групах та інші види).

Методи оцінювання:

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

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. 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

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.

4.13. 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.Болух, 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.

4.14. Назва. [МАРКЕТИНГОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ.](#)

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Сулова 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.

4.15. НАЗВА. МОБІЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Романченко Т.В., к.е.н., асистент кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів сучасної цілісної системи теоретичних знань та практичних навичок щодо особливостей здійснення маркетингової діяльності з застосуванням мобільних технологій, а саме систематизованих знань у сфері мобільного маркетингу та вирішення тактичних завдань підприємства за допомогою засобів мобільного маркетингу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Основи реклами», «Технології цифрового маркетингу», «Інтернет-маркетинг».

Зміст. Сутність, завдання та місце мобільного маркетингу в у структурі маркетингу підприємства. Мультиканальні маркетингові комунікації. Мобільні пристрої і особливості маркетингу для

кожного. Концепція 3(4) screen. Мобільні технології. Ключові елементи мобільного маркетингу (Voice data, SMS, MMS, E-mail (вимоги до електронних листів). Основні операційні системи. Застосунки (додатки, applications.) та вимоги до них. Просування в магазинах (iOS та Android). Sites (мобільні версії, адаптивність). Мобільний пошук та реклама. Мобільні сервіси. Мобільний SMM. Мобільне відео. AR та VR. QR та інші коди. UTM-мітки. Чат-боти. Директ-маркетингові інструменти (електронні листи, месенджери, sms, push). Аналітика: основні інструменти, системи мобільних метрик. Маркетинг-мікс та сценарії просування. M-commerce. Особливості налаштування мобільного ремаркетингу. UX для мобільних версій сайтів. Таргетинг мобільних сервісів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 535 с.
2. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія / Т.В. Дубовик. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 332 с.
3. Daniel Rawls. Mobile marketing. Mobile technologies - revolution in marketing, communications and advertising: study guide, BPR, 2018 .-296 р.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

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

– лабораторні заняття – презентація, дискусія, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах, тестування.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленої доповіді, звіту, презентації, задачі, ситуаційні завдання тощо);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.16. 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. Стель, 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.

4.17. 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., д-р. екон. наук, зав. 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 : Компрінт, 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. : Компрінт, 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.

4.18. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ ЛАКШЕРІ СЕРВІСОМ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ткачук Т.М., канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу.

Результати навчання. Формування у студентів знань та вмінь організації Luxury сервісу в готелях, іманентних характеристик Luxury сервісу в готелях, ознайомитись з правилами організації господарських та виробничо-побутових приміщень у готелі. Набуття навичок реалізації сервісних–процесів у Luxury готелях, інноваційних технологій готельного обслуговування, організації праці персоналу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Ресторанна справа», «Готельна справа», «Івентивний менеджмент».

Зміст. Поняття «Luxury сервіс», його структурні компоненти та особливості у готельному бізнесі. Іманентні характеристики Luxury сервісу в готелях. Філософія розкоші в готельному бізнесі. Моделі бізнесу LRNs. Світовий рейтинг готелів «Luxury» сегменту. Сервісні процеси Luxury готелів. Принципи персоналізації послуг для клієнтів преміум-сегменту. Мобільні технології у Luxury сегменті. Smart технології («розумний дім) для гарантування технічних умов перебування споживача у номері. Портфель послуг для luxury сегментів. Організація консьерж-сервісу в Luxury готелях. Віртуальний консьерж-сервіс. Формат сервісу «24/7». Готельний FAQ. Батлер-сервіс в Luxury готелях. Ресторанний luxury сервіс. Професійні стандарти ексклюзивного сервісу клієнтів лакшері сегменту. Технологія Upselling. Room-service. Алгоритм роботи працівників RS, аменітіс (VIP-компліменти). Демаркація взаємовідносин в сегменті luxury сервісу. Функції представницького менеджера (front liner). Врахування крос-культурних особливостей в Luxury готелях. Ефектометрія як методологія оцінювання рівня

задоволеності. Безпека та security сервіс. Функції система безпеки та служби security сервісу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Електронний підручник –К.: Київ. нац. торг. – екон. ун – т, 2015. – 494 с.

2. Danziger, P. N. Let them eat cake: Marketing luxury to the masses – As well as the classes. New York, NY: Kaplan Publishing, 2017.

3. Rahim B. Kanani A WEALTH OF INSIGHT: The World's Best Luxury Hoteliers on Leadership, Management, and the Future of 5-Star Hospitality, 2017 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (тематичні та проблемні), практичні заняття (з використанням інформаційних технологій, кейс-стаді, комунікативних методів).

Методи оцінювання:

– поточний контроль – опитування, тестування, диспут, вирішення практичних завдань;

– підсумковий контроль – екзамен письмовий.

Мова навчання та викладання. Українська.

4.19. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2022/2023, 2023/2024.

Семестр. I-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.

4.20. 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. 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. Ділові переговори : навч. посіб. для студ. ВНЗ / І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик; МОНМСУ України, Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2012. - 251 с.
2. Зикерманн Г. Гейміфікація в бізнесі: монографія / Г. Зикерманн, Линдер Дж. – Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 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.