

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

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ
Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

галузь знань 06 Журналістика
спеціальність 061 «Журналістика»
освітня програма «Реклама і зв'язки з громадськістю»
освітній ступінь «бакалавр»

Київ 2023

3. Освітня програма

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) д.е.н., проф.ФайвішенкоД.С.

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

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет; факультет торгівлі та маркетингу; кафедра журналістики та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Журналістика»
Офіційна назва освітньої програми	«Реклама і зв'язки з громадськістю»
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає СВО МОН України
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний ступінь (надається на базі одного навчального закладу), 240 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, дата видачі сертифікату 23.06.2022 № 3583, строк дії сертифікату до 01.07.2027
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ — ENEA – перший цикл, EQF— LLL– 6 рівень
Передумови	– повна загальна середня освіта; – умови прийому на програму регламентується Правилами прийому до ДТЕУ.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01 липня 2027 року
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	

Забезпечити набуття здобувачами вищої освіти теоретичних знань, практичних умінь та навичок, достатніх для успішного впровадження: дослідницьких засад ринкової позиції підприємства, вивчення його стратегій у сфері реклами і зв'язків з громадськістю в умовах конкуренції та невизначеності; пропозицій щодо просування товарів та послуг за допомогою реклами і зв'язків з громадськістю; комунікаційних звернень, візуального та аудіовізуального контенту, рекламного та PR-продукту; релевантної етапності рекламної кампанії підприємства та кампанії зі зв'язків з громадськістю.

3 - Характеристика освітньої програми

Предметна область	<p><i>Об'єкти вивчення</i> та діяльності: соціальні комунікації в різних їхніх виявах і видах; продукти соціального комунікування; аудиторія та інші споживачі (користувачі) цих продуктів.</p> <p><i>Мета навчання</i>: сформуванню здатність випускника розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області</i>: поняття про журналістику, рекламу та зв'язки з громадськістю, видавничу діяльність та редагування й інші види комунікаційної діяльності як соціальнокомунікаційні інститути.</p> <p><i>Методи, методики та технології</i>: прикладні соціально-комунікаційні технології; методи й методики збору, обробки та поширення інформації, медіапланування, професійні норми та стандарти й інші спеціальні методики, що використовують у сфері соціальних комунікацій і вузькопрофесійних галузях соціального комунікування.</p> <p><i>Інструменти та обладнання</i>: телевізійне та радіообладнання, комп'ютерна техніка, програмне забезпечення для обробки зображень, відео, звуку та верстки.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Акцент на готовність працювати та набувати навички й знання в соціально-гуманітарній, фундаментально природничо-науковій, професійній та практичній підготовці.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Формування системи професійних знань та практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань, пов'язаних з використанням технологій реклами і зв'язків з громадськістю, а також здійсненням рекламної діяльності підприємствами торговельної сфери та інших сфер суспільного життя.</p> <p>Ключові слова: управління комунікаціями, репутацією та іміджем підприємства; стратегічне та тактичне планування системи комунікацій; створення продуктивних програм реклами та зв'язків з цільовими групами громадськості; моніторинг та дослідження громадської думки та ставлення до корпоративного іміджу та репутації підприємства; технологій рекламної діяльності та діяльності з забезпечення корпоративних зв'язків з громадськістю.</p>
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері реклами і зв'язків з громадськістю; практична підготовка на підприємствах, які здійснюють рекламну діяльність і зв'язки з громадськістю.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади відповідно до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: Кваліфікована виконавська діяльність у видавництвах, інформаційних та медійних агентствах, прес-службах, політичних, комерційних та громадських організаціях, медіаструктурах, науково-дослідних, експертних установах, навчальних закладах.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ– ENEA, 7-рівня EQF – LLL, 7-го рівня НРК України.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, відео-тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, ділові ігри, «мозкові атаки», ситуаційні вправи (метод «кейс-стаді»), робота в малих групах, дистанційне навчання
Оцінювання	Письмові экзамени, заліки, підсумковий контроль, усні та письмові опитування, оцінювання есе та презентацій, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт. Атестація (<i>кваліфікаційна робота та захист</i>) за Положенням про випускню кваліфікаційну роботу (проект), Положенням про організацію освітнього процесу студентів, Положенням про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов

Загальні компетентності	<p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК07. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК13. <i>Здатність вільно оперувати засобами вербальної (культура мовлення, комунікабельність, толерантність) та невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки, артистичність), здатність до публічної діяльності.</i></p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	<p>СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК02. Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>СК03. Здатність створювати медіапродукт.</p> <p>СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.</p> <p>СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.</p> <p>СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.</p> <p>СК07. <i>Здатність застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології.</i></p> <p>СК08. <i>Здатність створювати ефективні інформаційні приводи, сценарії до них та організовувати повний цикл процесів підготовки та проведення комунікаційних заходів.</i></p> <p>СК09. <i>Здатність передбачити тенденції та перспективи розвитку рекламного та PR-бізнесу в умовах глобалізації та світової трансформації та прогнозувати репутаційні ризики, а також розробляти плани антикризових заходів.</i></p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПРО1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p>ПРО2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення</p>

інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.

ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

ПР19. Планувати та прогнозувати результати співпраці із замовником в медійній сфері, визначати тенденції розвитку та функціонування вітчизняних та зарубіжних медіа систем.

ПР20. Розробляти сценарії комунікаційних заходів, володіти творчими методиками для розробки нових ідей, застосовувати іміджеві технології в рекламній та PR-діяльності, здійснювати консалтинг з питань іміджмейкінгу, застосовувати технології розробки бренду.

ПР21. Використовувати моделі стратегічного управління в галузі реклами та PR, навички складати робочий план реалізації рекламної

	<i>та PR-кампанії, оцінювати ефективність рекламної та PR-діяльності.</i>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку спеціалістів з реклами та зв'язків з громадськістю є кафедра журналістики та реклами ДТЕУ. Завідувач кафедри: Файвішенко Діана Сергіївна д.е.н., доцент. Навчальний процес забезпечується викладачами, 100% з яких мають науковий ступінь та/або вчене звання. З них доктори наук – 20,0%, кандидати наук – 80,0%. 16,3 % викладачів мають звання професора, 73,7% – звання доцента.</p> <p>Фахівці, що здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю», повинні мати фахові знання та володіти професійними навичками в галузі журналістики, соціальних комунікацій, PR-діяльності та реклами. Можлива участь закордонних фахівців та фахівців-практиків при викладанні дисциплін циклу професійної підготовки.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	Основу матеріально-технічного забезпечення складають лекційні аудиторії з відповідним мультимедійним обладнанням, комп'ютерні та спеціалізовані аудиторії, лабораторій ДТЕУ. Наявність соціально-побутової інфраструктури ДТЕУ.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Загальні наукові та спеціальні джерела інформації з реклами та зв'язків з громадськістю, навчально-методична та монографічна література, інформаційні ресурси системи дистанційного навчання та мережі Інтернет.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до укладених договорів про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність реалізується за рахунок укладання договорів про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають навчання студентів, видачу подвійного диплому тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	В академічних групах навчаються іноземні студенти. Для іноземних студентів дисципліна «Українська мова як іноземна» викладається протягом 1-7 семестрів з окремим графіком викладачами, які завершили спеціальну підготовку з викладання української мови як іноземної.

3.2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

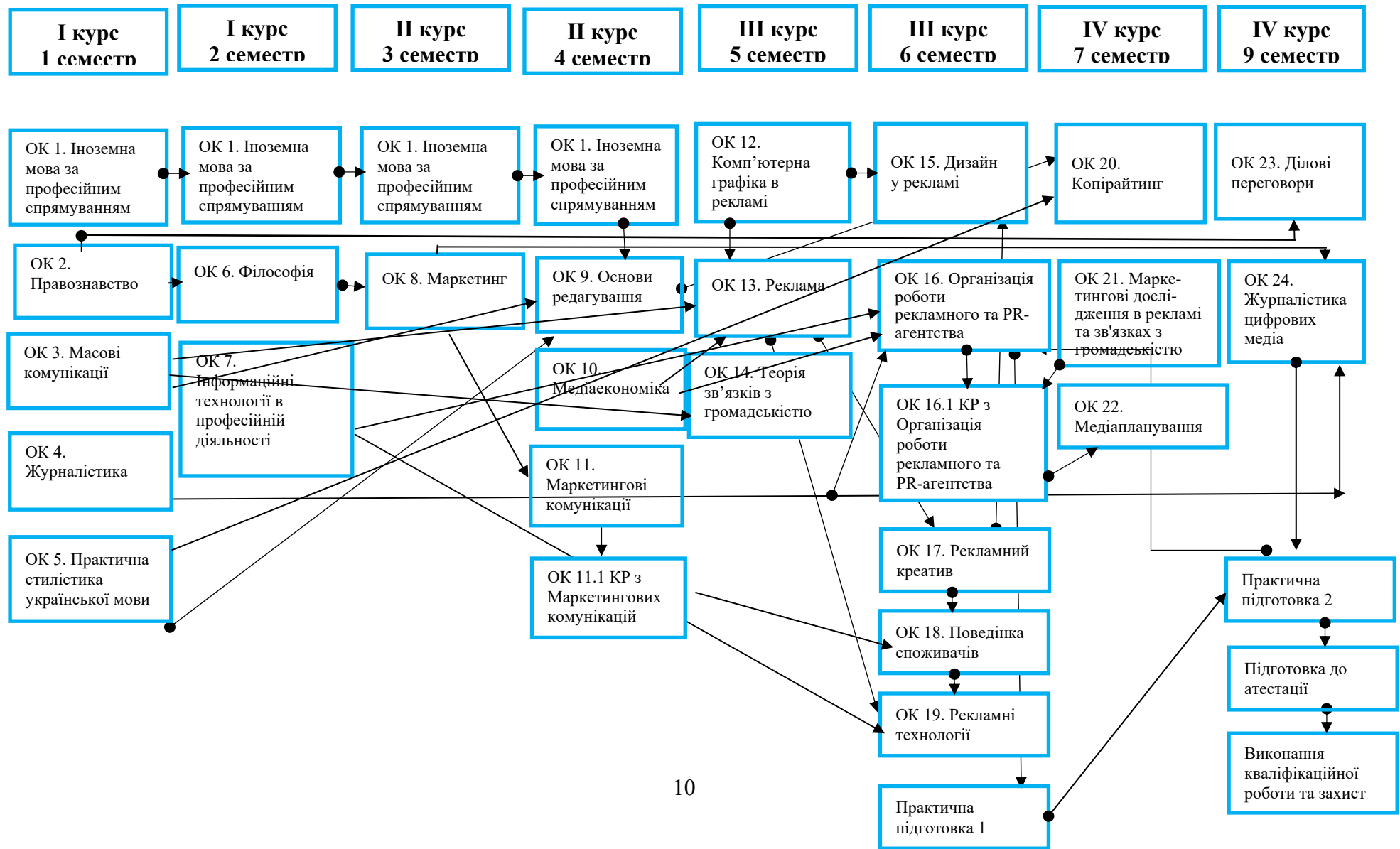
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24
ОК 2	Правознавство	6

ОК 3	Масові комунікації	6
ОК 4	Журналістика	6
ОК 5	Практична стилістика української мови	6
ОК 6	Філософія	6
ОК 7	Інформаційні технології в професійній діяльності	6
ОК 8	Маркетинг	6
ОК 9	Основи редагування	6
ОК 10	Медіаекономіка	6
ОК 11	Маркетингові комунікації	6
ОК 11.1	КР з Маркетингових комунікацій	
ОК 12	Комп'ютерна графіка в рекламі	6
ОК 13	Реклама	6
ОК 14	Теорія зв'язків з громадськістю	6
ОК 15	Дизайн у рекламі	6
ОК 16	Організація роботи рекламного та PR-агентства	6
ОК 16.1	КР з організації роботи рекламного та PR-агентства	
ОК 17	Рекламний креатив	4,5
ОК 18	Поведінка споживачів	6
ОК 19	Рекламні технології	4,5
ОК 20	Копірайтинг	6
ОК 21	Маркетингові дослідження в рекламі та зв'язках з громадськістю	6
ОК 22	Медіапланування	6
ОК 23	Ділові переговори	7,5
ОК 24	Журналістика цифрових медіа	7,5
	Загальний обсяг обов'язкових компонент	162
Вибіркові компоненти ОП		
ВК 1	Безпека життя	6
ВК 2	Галузева журналістика	6
ВК 3	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6
ВК 4	Економічна теорія	6
ВК 5	Етика бізнесу	6
ВК 6	Іміджологія	6
ВК 7	Інфографіка	6
ВК 8	Інформаційні війни	6
ВК 9	Історія економіки та економічної думки	6
ВК 10	Історія зарубіжної літератури	6
ВК 11	Історія реклами та зв'язків з громадськістю	6
ВК 12	Історія України	6
ВК 13	Історія української культури	6
ВК 14	Культурна спадщина України	6
ВК 15	Логіка	6
ВК 16	Макетування у рекламі	6
ВК 17	Менеджмент	6
ВК 18	Ораторське мистецтво	6
ВК 19	Основи кібербезпеки	6

ВК 20	Політологія	6
ВК 21	Прямий маркетинг	6
ВК 22	Психологія	6
ВК 23	Психологія реклами	6
ВК 24	Психологія торгівлі	6
ВК 25	Світова культура	6
ВК 26	Соціальне лідерство	6
ВК 27	Соціологія	6
ВК 28	Товарознавство	6
ВК 29	Українська література та фольклор	6
ВК 30	Управління персоналом	6
Загальний обсяг вибіркового компонента:		60
Практична підготовка		
Практична підготовка 1		3
Практична підготовка 2		6
Всього		9
Атестація		
Підготовка до атестації		3
Виконання кваліфікаційної роботи та захист		6
Всього		9
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

3.3. Структурно-логічна схема ОП



3.4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація відбувається у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота являє собою виготовлений інформаційний продукт або проєкт інформаційної акції чи інформаційну акцію, до яких додають пояснювальну записку.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері соціальних комунікацій, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації.

Кваліфікаційна робота має бути розміщена на сайті закладу вищої освіти або у репозитарії закладу вищої освіти.

3.5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми 3.5.1.

Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти / Компетентності	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK 6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24
ЗК01	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК02	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК03			•			•										•								•
ЗК04		•	•	•			•	•			•		•	•	•		•	•	•	•	•	•		
ЗК05			•				•		•		•	•	•	•	•		•		•			•	•	•
ЗК06					•											•								•
ЗК07																•								•
ЗК08	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•			•
ЗК09		•	•																					•
ЗК10		•	•	•	•	•								•	•						•			•
ЗК11			•	•	•				•		•		•	•			•				•			•
ЗК12	•			•										•			•				•			•
ЗК13			•	•				•						•	•		•							•
СК01			•	•				•	•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•
СК02	•	•	•	•	•		•	•	•		•	•	•	•		•	•				•			•
СК03	•	•	•	•	•			•	•		•	•	•	•	•		•	•	•	•	•			•
СК04																•								
СК05		•						•		•	•		•	•		•	•	•	•			•	•	
СК06		•	•	•										•						•				•
СК07			•	•							•	•		•				•	•	•				•
СК08								•			•		•	•			•				•			
СК09										•	•		•	•		•		•				•		

3.5.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вибіркоким 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	ВК 14	ВК 15	ВК 16	ВК 17	ВК 18	ВК 19	ВК 20	ВК 21	ВК 22	ВК 23	ВК 24	ВК 25	ВК 26	ВК 27	ВК 28	ВК 29	ВК 30			
ЗК01	•	•	•	•	•		•	•								•		•	•		•	•	•	•		•	•	•	•				
ЗК02	•	•					•	•			•				•	•			•		•	•	•	•			•	•	•	•			
ЗК03					•	•														•							•	•		•			
ЗК04		•		•				•	•	•	•	•								•			•	•	•			•					
ЗК05							•	•									•		•														
ЗК06								•									•	•					•					•			•		
ЗК07								•									•	•										•			•		
ЗК08		•						•			•				•					•			•								•		
ЗК09								•																				•					
ЗК10	•	•			•		•		•		•	•	•	•												•			•		•		
ЗК11		•	•		•			•			•							•										•					
ЗК12			•															•									•						
ЗК13		•	•																•								•						
СК01		•	•		•			•			•							•				•	•				•	•		•			
СК02		•						•										•	•		•						•	•			•		
СК03		•				•	•									•						•	•									•	
СК04																	•				•	•					•	•			•		
СК05						•																•	•										
СК06		•						•											•														
СК07		•																•	•					•									
СК08		•				•																					•					•	•
СК09																															•	•	

3.6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними основними компонентами освітньої програми

3.6.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24
ПР01	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР02	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР03			•			•		•			•		•	•		•	•				•	•	•	•
ПР04		•	•	•			•	•			•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПР05							•		•			•	•	•	•				•			•		•
ПР06																								
ПР07												•					•	•						
ПР08	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•
ПР09		•																						•
ПР10		•		•		•					•			•	•		•			•			•	•
ПР11			•	•	•				•		•		•	•			•			•			•	•
ПР12	•			•										•			•			•				•
ПР13								•		•	•		•	•	•		•	•	•	•	•			•
ПР14	•	•	•	•	•							•	•	•	•	•	•		•	•				•
ПР15	•	•	•	•	•			•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•				•
ПР16										•			•	•		•								
ПР17								•			•	•	•	•		•		•	•		•	•		
ПР18	•	•	•	•		•					•			•									•	•
ПР19										•			•	•		•			•		•	•		
ПР20	•				•				•		•	•	•	•		•	•			•	•			•
ПР21											•		•	•		•						•		

3.6.2 Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибірковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14	ВК 15	ВК 16	ВК 17	ВК 18	ВК 19	ВК 20	ВК 21	ВК 22	ВК 23	ВК 24	ВК 25	ВК 26	ВК 27	ВК 28	ВК 29	ВК 30	
ПР01	•	•	•	•	•			•			•					•		•				•	•	•			•	•	•		
ПР02		•					•	•			•							•	•	•		•						•	•	•	
ПР03		•						•			•							•												•	
ПР04		•		•			•	•	•	•	•	•								•		•						•			•
ПР05							•	•									•			•											
ПР06																		•					•				•				•
ПР07																		•												•	
ПР08		•													•					•										•	
ПР09		•						•												•	•							•		•	
ПР10								•			•																•			•	•
ПР11		•						•				•	•	•					•			•				•					
ПР12										•									•												
ПР13		•					•	•															•	•	•						
ПР14		•																										•			
ПР15		•				•	•									•				•				•							
ПР16																														•	
ПР17																															
ПР18		•	•		•												•			•								•			
ПР19						•																								•	
ПР20																		•													
ПР21																						•									

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)

4.1. Назва. ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. I–IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Англ. мова: Донченко Л.М., старш. викл. каф. сучасних європейських мов; Овчарова О.В., викл. каф. сучасних європейських мов; Зацерковний О.А., старш. викл. каф. сучасних європейських мов; Нипадимка А.С., канд. філол. наук, доцент каф. сучасних європейських мов; Нежива О.М., доц., д-р філос. наук, доц. каф. сучасних європейських мов.

Результати навчання. Формування необхідного рівня знань та набуття практичних навичок спілкування іноземною мовою за професійним спрямуванням, читання та перекладу оригінальної іншомовної літератури з фаху, написання анотації. Програма дисципліни розрахована на досягнення РВМ В₂.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Вхідний рівень володіння іноземною мовою В₁+

Зміст. 1 етап – формування базової іноземномовної компетентності в сфері економіки і бізнесу. Бізнес та комерційні організації. Організація та персонал. Продукт, ринок та ринкові відносини. Фінанси. Облік і аудит. Банки і банківська діяльність. Міжнародний бізнес. Засоби ділового спілкування.

2 етап – розвиток іноземномовної компетентності та практичних навичок володіння мовою фаху. Основні економічні поняття; маркетинг; функції маркетингу; менеджмент; форми торгівлі; реклама; типи реклами; реклама в Україні; типи зв'язків з громадськістю; рекламні агенції та їх персонал; етика ведення реклами та зв'язків з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубініна О.В. Граматика англійської мови = English Grammar : навч. посіб. / О.В. Дубініна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 288 с.
2. Тютченко Е. П. Англійська мова економічної конкуренції = An English Reader on Economic Competition : навч. посіб. / Е.П. Тютченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 90 с.

3. Колот Л. А. Англійська мова ділової кореспонденції = Advanced business english : навч. посіб. / Л. А. Колот, Л. В. Кушмар. – Вид. 3-тє, допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 228 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Практичні заняття, самостійна робота. Інтерактивні методи та технології викладання, комп'ютерне тестування.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання. Англійська, німецька, французька.

4.2. Назва. ПРАВОЗНАВСТВО.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2023/2024.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Сонюк О. В., доц., канд. юр. наук., доц. каф. правового забезпечення безпеки бізнесу.

Результати навчання. Формулювання правової культури, що включає усвідомлення закону як найвищого акту регулювання відносин між громадянами і державою.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Право».

Зміст. Основи теорії держави. Загальне поняття права. Норми права. Джерела права. Система права. Реалізації права. Поняття законності і правопорядку. Правопорушення та юридична відповідальність. Конституційне право – провідна галузь національного права України. Органи державної влади і місцевого самоврядування. Поняття цивільного права. Суб'єкти цивільного права. Цивільно-правові правочини. Представництво в цивільному праві. Зобов'язальне право. Основи сімейного права України. Поняття, зміст, виникнення трудових правовідносин. Припинення трудових правовідносин. Правове регулювання робочого часу і часу відпочинку. Трудова дисципліна, дисциплінарна та матеріальна відповідальність. Правове регулювання трудових спорів. Адміністративна відповідальність та інші заходи адміністративного примусу. Загальне поняття кримінального права та кримінальної відповідальності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Основи правознавства України: навч. посіб./ за ред. Ю.І. Крегула.– К. : КНТЕУ, 2019. – 528 с.

2. Крегул Ю.І.Правознавство: термінологічний словник: навч. посіб./ Ю.І. Крегул, Л.М. Шестопалова; за ред. проф. Ю.І. Крегула. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 268 с.
3. Крестовська Н.М. Правознавство: навч. посіб./ Н.М.Крестовська, О.О. Балованов.–Одеса : Атлант, 2018. –534 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація/ лекція-конференція), семінарські, практичні, (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / імітація) заняття, самостійна робота, консультації.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, письмові роботи, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2023/2024.

Семестр. I.

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

Результати навчання. Формування у студентів системи знань про теорію та історію масових комунікацій, набуття вмінь і навичок для аналізу масовокомунікаційних процесів за допомогою відповідної методології, вивчення концепцій (моделей) масових комунікацій.

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

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

формули ефективності в масовій комунікації. Інформаційне суспільство як новий етап цивілізаційного розвитку.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Горпинич О.В. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навч. посіб. / О.В.Горпинич, А.О. Архипова.– Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. –255 с.
2. Квіт С. Масові комунікації/ С.Квіт.–Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018.– 352 с.
3. Житарюк М. Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник / М. Житарюк. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – 244 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. Назва. ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2023/2024.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина К.О., канд. політ.наук, старш. викл. каф. журналістики та реклами.

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

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

Зміст. Поняття журналістики. Журналістика як галузь масової інформаційної діяльності. Історія журналістики. Функції журналістики. Принципи журналістики. Свобода ЗМІ та

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі; укл. Є.О. Кияниця. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.
2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.5. Назва. ПРАКТИЧНА СТИЛІСТИКА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2023/2024.

Семестр. I.

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

Результати навчання. Підвищення рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування в його усній і писемній формах; вироблення навичок практичного володіння мовою в різних видах мовленнєвої діяльності, зумовленої професійними потребами.

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

Зміст. Стилїстика, основні завдання стилїстики. Стилїдова диференціяція сучасної української літературної мови. Стилїстичне

розшарування української лексики. Стилiстичне використання багатозначностi, омонiмiї, паронiмiї, синонiмiї та антонiмiї, лексики iншомовного походження, термiнiв, неологiзмiв та застарiлої лексики. Стилiстичне використання фразеологiї. Експресивно-емоцiйна роль фразеологiзмiв у ЗМI. Мовно-виразовi засоби стилiстики (епiтети, порiвняння, метафори тощо). Морфологiчнi засоби стилiстики. Стилiстичнi можливостi синтаксису.

Рекомендованi джерела та iншi навчальнi ресурси/засоби.

1. Гопанчук I.Г. Українська мова у діловому спілкуванні: навч. посіб. для вищ. навч. закл./ I.Г. Гопанчук, С.Ю. Шашенко. – К. : КНТЕУ, 2017. – 170 с.
2. Попович А.С. Стилiстика української мови: навч.-метод. посiб. / А. С. Попович, Л. М. Марчук ; за ред. А. С. Попович. – Кам'янець-Подiльський : Кам'янець-Подiльський нацiональний унiверситет iменi Iвана Огiєнка, 2017. – 172 с.

Запланованi навчальнi заходи та методи викладання. Лекцiї, практичнi заняття, самостiйна робота. Пояснювальнo-iлюстративнi, дослiдницькi, евристичнi, проблемнi, дискусiйнi, iнтерактивнi методи та технологiї викладання.

Методи оцiнювання.

- поточний контроль (усне i фронтальне опитування, тестування, підсумкова контрольна робота, перевірка самостiйної роботи, iндивiдуальних творчих завдань, презентацiй, публiчних виступiв).
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. Назва. ФІЛОСОФІЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рiк вивчення. 2023/2024.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступiнь, посада. Морозов А.Ю., доц., д-р фiлософ. наук, доц. каф. фiлософiї, соцiологiї та полiтологiї.

Результати навчання. Формування фiлософської культури мислення та пiзнання навколишнього свiту та самого себе, навичок застосування фiлософської методологiї.

Обов'язковi попереднi навчальнi дисциплiни. «Психологiя», «Iсторiя України», «Iсторiя української культури».

Змiст. Фiлософiя як унiверсальний тип знань. Онтологiя. Фiлософське розумiння свiту. Фiлософська антропологiя. Фiлософiя

людини. Філософія свідомості. Гносеологія. Філософія пізнання. Діалектика – всезагальна теорія розвитку. Філософія суспільства. Філософія економіки. Філософія моралі. Філософія релігії. Філософія культури. Філософія цивілізації.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кривуля О.М. Філософія : навч. посіб. / О.М. Кривуля.– Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2018. –592 с.
2. Велика бібліотека філософських текстів[Електронний ресурс]: – Режим доступу : <http://www.philosophy.ua>
3. Вільчинський Ю.М., Северин-Мрачковська Л.В., Гаєвська О.Б. Філософія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://kneu.edu.ua/get_file/9143/%D0%92%D1%96%D0%D1%97.pdf

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2023/2024.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Столетова І.Г. канд. екон. наук, старш. викладач каф. цифрової економіки та системного аналізу.

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформатика».

Зміст. Текстовий редактор MS WORD. Технології створення, редагування та форматування презентацій. Обробка інформації у середовищі табличного процесора MS EXCEL. Редактор ділових паперів MS Publisher. Інтернет-технології обробки інформації. Міжнародні та державні інформаційно-довідкові портали та програми перекладу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Мельникова О.П. Економічна інформатика:навч. посіб./ О.П. Мельникова. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 424 с.
2. Павлиш В.А. Основи інформаційних технологій: підручник / В.А. Павлиш, Л.К. Гліненко, Н.Б. Шаховська.–Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. –620 с.
3. Bernstein J. Google Apps Made Easy: Learn to work in the cloud (Computers Made Easy Book 7) Paperback – March 6, 2019. – 475 p.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. МАРКЕТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік вивчення. 2023/2024.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Черниш Т.О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів сучасної системи поглядів, спеціальних знань та вмінь у галузі маркетингу, набуття практичних навичок маркетингової діяльності, які дали б можливість використовувати методологію та інструментарій маркетингу у майбутній діяльності щодо ефективного досягнення стратегічних та оперативних цілей підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Психологія», «Правознавство», «Соціологія».

Зміст. Сутність та зміст маркетингу. Види маркетингу. Маркетингове середовище, його структура, фактори формування. Підсистема інформаційного забезпечення маркетингової діяльності. Маркетингова інформація. Структура процесу маркетингових досліджень. Опитувальний лист. Поведінка споживачів: характеристики типів споживачів, моделювання споживчої поведінки. Сегментація та позиціонування як маркетингові технології. Товару системі маркетингу. Життєвий цикл товару. Конкурентоспроможність товарів на ринку. Товарна марка, упаковка, сервіс у системі маркетингу. Ціна та цінова політика в системі маркетингу: мета та завдання. Фактори ціноутворення. Цінові стратегії. Маркетингова збутова діяльність. Фактори вибору каналу розподілу підприємством. Електронні канали розподілу. Франчайзинг. Система маркетингових комунікацій. Комунікаційна модель. Розробка програми рекламної діяльності. Засоби стимулювання збуту. Прямий маркетинг. Цілі та засоби зв'язків з громадськістю. Особливості проведення виставок. Бренд та процес його створення. Інші синтетичні засоби маркетингових комунікацій. Цифровий маркетинг та цифрові комунікації. Сутність концепції інтегрованих маркетингових комунікацій. Управління маркетинговою діяльністю. Підсистема планування та організації маркетингової діяльності. Контроль маркетингової діяльності. Глобальний маркетинг.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Маркетинг для бакалаврів : навч. посіб. / [уклад.: І. М. Буднікевич та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. І. М. Буднікевич ; Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – 2-ге вид., перероб. та допов. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича : Рута, 2021. – 357 с.
2. Сенишин О. С. Маркетинг : навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка.–Львів : Простір-М : ЛНУ ім. Івана Франка, 2020. – 346 с.
3. Планування маркетингу: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова, ін. та. – 2-ге вид., переробл. та допов. – Київ: ЦУЛ, 2019. – 349 с. (2)

– **Заплановані навчальні заходи та методи викладання.** Лекції – оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація, лекція-конференція; практичні заняття – презентація, дискусія, комунікативний метод, модерація, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах, інше.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого дайджесту, звіту, презентації; задачі, ситуаційні завдання, творчі олімпіади тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. ОСНОВИ РЕДАГУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2024/2025.

Семестр. IV.

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

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Партико З.В. Основи редагування : підручник / З.В. Партико. – Вид. 2-ге, переробл. і доповн. – Львів : Вид-во Львів. Політехніки, 2017.– 332 с.
2. Партико З. Основи редагування: навч. посіб.у 2 кн. / З. Партико. – 3-тє вид., переробл. і допов. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – Кн. 1 : підручник. – 332 с.
3. Колоїз Ж.В. Теорія і практика редагування газет: навч. посіб./ Ж.В.Колоїз. –Кривий Ріг: КДПУ, 2017.–82с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. МЕДІАЕКОНОМІКА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2024/2025.

Семестр. IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ситник Г.В. проф., доктор екон. наук, проф. каф. економіки та фінансів підприємства.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань про базові поняття медіаіндустрії, господарської діяльності медіабізнесу на медіаринку, бізнес-моделей медіабізнесу, їх трансформацій в умовах інформаційного суспільства, змісту окремих напрямів діяльності, системи показників, що характеризують економічні ресурси та результати господарсько-фінансової діяльності медіабізнесу, набуття практичних навичок щодо оцінки ефективності використання та розвитку ресурсного потенціалу, формування конкурентоспроможності, фінансової стабільності та економічної безпеки медіабізнесу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія».

Зміст. Сутність медіаекономіки. Медіа як індустрія, основні фактори її розвитку. Медіа як товар та суспільне благо. Поняття медіаринку. Концепція зведеного ринку медіа. Види та межі медіаринку. Структурні елементи медіаринку, основні актори медіаринку. Регулювання медіаринку. Вплив зовнішніх ефектів, неподільності, інформаційних недоліків, нераціональної поведінки на медіаринок. Медіа та мережеві ефекти. Концентрація медіа-бізнесу, характеристика її основних видів. Бізнес-модель мас-медіа. Трансформація бізнес-моделей мас-медіа в інформаційному суспільстві. Методологічні та методичні засади планування діяльності медіабізнесу. Формування програми діяльності медіабізнесу, характеристика окремих планів медіабізнесу. Складові ресурсного потенціалу медіабізнесу та шляхи його ефективного використання.

Трудові ресурси в медіа індустрії, системи матеріального стимулювання; методичні підходи до їх аналізу та планування. Поняття праці в концепціях медіаекономіки. Креативна праця та її особливості. Оцінка трудових витрат в медіа індустрії. Майнові ресурси (активи) медіабізнесу, методичні підходи до аналізу та планування оборотних, необоротних активів медіабізнесу. Фінансування медіабізнесу. Характеристика моделей фінансування медіабізнесу. Сутнісні характеристики капіталу, класифікація видів капіталу підприємства. Власний та позиковий капітал, особливості формування та використання, методичні підходи до їх аналізу та планування. Економічна сутність та механізм формування витрат, доходів, прибутку в медіабізнесі. Аналіз та планування економічних результатів господарсько-фінансової діяльності медіабізнесу. Оцінка ефективності господарської діяльності та пошук шляхів її підвищення. Сутність фінансового стану, його складові, методи оцінки. Конкурентоспроможність медіабізнесу та механізм її визначення. Сучасні моделі розвитку медіабізнесу, запобігання кризовим явищам та банкрутства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. — 180 с. ISBN: 3-928687-66/ Електронний ресурс. Режим доступу: www.shront.chtyvo.org.ua
2. Picard R. Media Economics. Concepts and Issues. London, Sage, 1989.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична/ проблемна / бінарна / дуальна / лекція із запланованими помилками); семінарські / практичні заняття (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / «мозкова атака» / тренажерні завдання / метод кейс-стаді / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; перевірка презентації / аналітичного огляду/ завдання / розрахунково-аналітичного проєкту / ситуаційного завдання розробленого за матеріалами реального підприємства та ін.);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва.МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2024/2025.

Семестр. IV.

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

Результати навчання. Формування теоретичних основ маркетингових комунікацій, основний зміст і напрями розвитку елементів системи маркетингових комунікацій; характеристики та види основних засобів реклами, заходи зв'язків з громадськістю, прямого маркетингу, стимулювання збуту та інших синтетичних засобів маркетингових комунікацій; принципи управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємства. Набуття практичних навичок з таких питань: створення програми маркетингових комунікацій підприємства на майбутній період та оцінка її ефективності; обґрунтування та вибір носіїв реклами та розробка медіапланів; оцінка існуючих рекламних звернень; створення позитивної суспільної думки про підприємство; організація участі підприємства у виставці або ярмарку та інше; вибір конкретного рекламного агентства, послугами якого можна скористатися та інше.

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

Зміст. Сутність, цілі та характеристика складових комплексу маркетингових комунікацій підприємства. Модель процесу комунікації та характеристика основних її елементів. Прийоми створення комунікаційного звернення. Реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг в системі маркетингових комунікацій підприємства. Форми та методи стимулювання продажу товарів, послуг. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій підприємства. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А.В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т.А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.
2. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку : навч. посібн. – Київ : Лібра, 2017. – 202 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні); семінарські /

практичні заняття (презентація, дискусія, методи кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка підготовленого звіту, презентації, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (курсова робота, екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. Назва. КОМП'ЮТЕРНА ГРАФІКА В РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. V.

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

Результати навчання. Формування у студентів спеціальних теоретичних знань та практичних навичок у процесі безпосереднього розроблення і створення рекламних матеріалів засобами прикладних комп'ютерних програм CorelDraw, Adobe Photoshop.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформаційні технології в професійній діяльності», «Маркетингові комунікації», «Реклама».

Зміст. Генерування ідеї рекламного звернення та шляхи її втілення за допомогою комп'ютерних технологій. Сутність та роль комп'ютерної графіки як інструменту візуалізації рекламної ідеї. Конструювання рекламних матеріалів за допомогою спеціалізованих програмних засобів. Формування рекламної композиції та засоби її гармонізації. Шрифтові елементи рекламного звернення.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі (лабораторний практикум): навч. посіб. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 262 с.
2. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / проблемна); практичні заняття (виконання тренувальних вправ та індивідуальних завдань у графічному редакторі CorelDraw, Adobe Photoshop, творча олімпіада); застосування елементів дистанційного навчання, експедиції в музеї та виставки, участь у конкурсах та фестивалях реклами.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.13. Назва. РЕКЛАМА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Файвішенко Д.С., проф., д-р екон. наук., зав. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування системи прикладних знань студентів у сфері реклами, розуміння концептуальних засад щодо: вибору, використання та значення реклами як елемента системи маркетингу; обґрунтування цілей, завдань та можливостей реклами в інтернеті, характеристик основних каналів та носіїв реклами в інтернеті, інструментарію управління рекламою та аналізу її в інтернеті.

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

Зміст. Сутність реклами та основні підходи до її розуміння. Основні історичні етапи розвитку реклами в Україні. Типи реклами та їх основні характеристики. Рекламне звернення як елемент рекламної комунікації. Засоби передачі рекламного звернення. Система управління рекламою.

Реклама як засіб реалізації різних концепцій управління економічною діяльністю. Реклама в реалізації концепції маркетингу та системі засобів маркетингових комунікацій. Місце та значення реклами в реалізації маркетингової технології позиціонування. Реклама як інструмент маркетингової технології брендингу. Реклама в реалізації маркетингової технології торговельного-маркетингу. Реклама в реалізації маркетингу подарунків. Основні інструменти інтернет-

реклами. Види інтернет-реклами. Інформаційне забезпечення інтернет-реклами. Характеристика веб-сайту як основного засобу реклами в мережі інтернет. Управління інтернет-рекламою. Ефективність інтернет-реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Морохова В.О. Рекламний менеджмент : навч. посіб. / В.О. Морохова, О.В. Бойко, І.Ф. Лорві ; Луц. нац. техн. ун-т. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 233 с.
2. Реклама в ЗМІ: навч. посіб. / М. Кіца ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка».– Львів : Ліга – Прес, 2017. – 150 с.
3. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А.В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т.А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.14. Назва. ТЕОРІЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. V.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Добродум О.В., проф., д-р філософ. наук, проф. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Набуття практичних навичок з таких питань, як: застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, формувати інформаційний контент, створювати медіапродукт та ефективно його просувати, застосовувати технології формування громадської думки, розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології, створювати ефективні інформаційні приводи, сценарії до них та організовувати повний цикл процесів підготовки та проведення комунікаційних заходів.

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

Зміст. Феномен PR у житті суспільства. Історія виникнення та розвитку публік релейшнз. Наука про зв'язки з громадськістю. PR як система. Професійні стандарти у сфері PR. Громадська думка: сутність, вивчення та формування. Методи вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища. Технологічне підґрунтя зв'язків з громадськістю. Засоби та прийоми впливу на громадськість. Планування та організація проведення PR-кампанії. Мас-медіа як інструмент публік релейшнз. Пабліситі як форма комунікації з громадськістю. Подієві комунікації в системі зв'язків з громадськістю. Роль публік релейшнз у формуванні іміджу організації.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А.В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т.А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. – Харків: Факт, 2020. – 315 с.
2. Романовський О.Г. Основи публік релейшнз : навчальний посібник / О.Г. Романовський, Н.В. Серєда, Є.В. Воробйова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – 174 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних методів викладання та інноваційних технологій навчання: лекції (тематична, проблемна, інтерактивна, лекція-консультація); практичні заняття (доповіді, презентації, аналіз кейсів, навчальні дискусії, творчі медійні проекти).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне опитування, перевірка підготовленої презентації, творчі роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. Назва. ДИЗАЙН У РЕКЛАМІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. VI.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо аналізу існуючих та специфіки розроблення графічних рекламних матеріалів, фірмової символіки сучасного підприємства.

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

Зміст. Рекламний дизайн як процес проектно-художньої діяльності. Прийоми побудови рекламного звернення та принципи вибору візуальних образів. Художні стилі та стильові течії у рекламному дизайні. Сутність та види рекламної композиції. Закони та засоби композиційної організації реклами. Формоутворення односторінкової реклами. Образотворчі засоби в рекламній композиції. Шрифтові композиції у візуальній організації рекламного звернення. Колір як художній засіб реклами. Сутність, основні елементи, функції фірмового стилю підприємства. Формотворення графічних знаково-символьних об'єктів фірмового стилю. Критерії оцінювання програми фірмового стилю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.
2. Геллер С. Графічні стилі: Від вікторіанців до хіпстерів / С. Геллер, С. Кваст. Пер. С англ. Журавльова О., Пінчук Д. – Київ, ArtHuss, 2019. – 288 с.
3. Михайленко В.Є. Основи композиції (геометричні аспекти художнього формотворення) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / В.Є. Михайленко, М.І. Яковлев. – Київ : Каравела, 2018. – 304 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична); лабораторні заняття (презентація / виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання, творчі експедиції, відвідування фестивалів, виставок та арт-галерей), застосування дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

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

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. VI.

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

Результати навчання. Формування теоретичних знань і практичних навичок щодо організації роботи рекламних та PR-агентств, оволодіння методичним інструментарієм розробки внутрішніх документів, що регламентують роботу агентств, та оцінки ефективності їх діяльності. Після вивчення дисципліни студенти повинні вміти самостійно розробляти концепцію нового агентства; підбирати прийнятні організаційні структури управління для нових агентств; формувати асортимент рекламних продуктів для агентств різного типу; обирати шляхи просування цих продуктів на ринок; використовуючи прийнятні методи ціноутворення, визначати ціну на рекламні продукти; застосовувати існуючі способи пошуку клієнтів рекламних та PR-агентств; керувати стосунками з клієнтами, брати участь в рекламних та PR-тендерах.

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Діброва Т.Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т.Г. Діброва, С.О. Солнцев, К.В. Бажеріна. – Київ : КІІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.

2. Романюк І.А. Рекламний менеджмент: навч. посіб./ І.А.Романюк, О.В.Мандич, І.О.Севідова, Н.М.Бабко, Т.М. Квятко.–Харків: ХНТУСГ, 2020. –163 с.
3. Діброва Т.Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т.Г. Діброва, С.О. Солнцев, К.В. Бажеріна. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові та тематичні); практичні заняття (із застосуванням ситуаційних вправ (кейсів), проведенням рольових ігор, дискусій, модерацій, роботи у малих групах над проектами та їх презентацією).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування; тестування, перевірка ситуаційних завдань, підготовленого проекту та оцінка його презентації);
- підсумковий контроль (курсова робота, екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.17. Назва. РЕКЛАМНИЙ КРЕАТИВ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. VI.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування: знакових систем в рекламній комунікації; міфотворення та міфілогізації в рекламних зверненнях; креативних технологій для отримання інсайту при створенні рекламних матеріалів. Поглиблення розуміння реклами як знакового, соціального та естетичного феномену сучасності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Реклама», «Філософія», «Історія української культури», «Дизайн у рекламі».

Зміст. Поняття креатив. Дотичні поняття, спільне та відмінне між креативом та творчістю. Функції рекламного креативу, функції уяви, складові креативного процесу. Основи неймінгу та слоганістики. Критерії неймінгу, провідні методи створення назв. Евристика та еврилогія – технології креативності. «Мозковий штурм» та його

похідні (креативні технології дотичні до «мозкового штурму»). Використання конвергентного та дивергентного, лотерального та вертикального типів мислення. Креативні технології, що відповідають різним типам мислення. Асоціація та бісоціація, їх використання при створенні креативу. Мислення в креативному процесі. Бісоціації. Створення аргументації правильних креативних рішень.

Рекомендовані джерела.

1. Рекламний креатив: навч. посіб./ Укладачі: О.І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. – Житомир: Видавець О.О. Євенок, 2018. – 208 с.
2. Зеленін В. Основи міфодизайну : психотехнології керування медіареальністю: навч. посіб. / В. Зеленін. – К. : Вид-во «Гнозіс», 2017. – 168 с.

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, реферату, дайджесту, захист проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.18. Назва. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. VI.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Федоришина І.Л., доц., канд. психол. наук, доц. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування студентів комплексу теоретичних знань і практичних навичок з аналізу та впровадження у розв'язання практичних завдань основних закономірностей поведінки споживачів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Психологія», «Філософія».

Зміст. Поняття споживання в економіці, маркетингу, культурі та персональному житті. Сучасні тенденції розвитку у сфері споживання. Детермінанти споживчої поведінки, процеси ухвалення рішення про купівлю. Засоби впливу на поведінку споживачів. Методи дослідження проявів поведінки споживачів, сегментація. Споживач як основний конкурентний ресурс сучасного періоду розвитку світової економіки.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бабко Н.М. Поведінка споживача: навч. посібн. / Н.М.Бабко, О.В.Мандич, І.О.Севідова, І.А.Романюк, Т.М. Квятко.–Харків: ХНТУСГ, 2020. –170 с.
2. Замкова Н.Л. Поведінка споживачів: навч. посіб. / Н.Л.Замкова, І.І.Поліщук, Н.Ю.Буга, К.Ю. Соколюк. – Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 200 с.
3. Ларіна Я. Поведінка споживача: навч. посіб. / Я. Ларіна, А.Рябчик. – Одеса, Олді-Плюс, 2020. – 284 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/ проблемна/ лекція-консультація/лекція-конференція/бінарна/ дуальна/лекція із заздальгідь запланованими помилками), практичні заняття (презентація, експрес-дослідження, індивідуальні завдання, індивідуальне проектування/ дискусія/моделювання ситуацій/ «мозкова атака»/ кейс-стаді/робота в малих групах).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.19. Назва. РЕКЛАМНІ ТЕХНОЛОГІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. VI.

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

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті : навч. посіб. / Д.В. Яцюк. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 296 с.
2. Cathy Hackl, Samantha G. Wolfe. Marketing. New Realities: An Introduction to Virtual Reality & Augmented Reality Marketing, Branding, & Communications : Meraki Press, 2017. – 140 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична); практичні заняття (розробка проектів в комп'ютерному класі кафедри з використанням сучасної комп'ютерної техніки і периферії та новітнього програмного забезпечення).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.20. Назва. КОПРАЙТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VII.

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

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо написання рекламних текстів та матеріалів зі зв'язків з громадськістю.

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

Зміст. Процес створення рекламного звернення. Структура й функції рекламного тексту. Елементи рекламного тексту. Літературна норма й мовна практика реклами. Використання художнього прийому в рекламному тексті. Методика написання слоганів. Жанри друкованої реклами: рекламне оголошення, життєва історія, консультація фахівця. Специфіка та елементи тексту радіореклами. Жанри радіореклами. Текст як елемент зовнішньої реклами, його особливості й специфіка. Мовні особливості тексту реклами на телебаченні та у кінорекламі. Реклама на місцях продажів – POS-матеріали: вивіска, вітрина. Специфіка рекламного тексту для різних ЗМІ: преси, радіо, телебачення, Інтернету. Контрольовані організацією PR-матеріали для зовнішньої аудиторії. Лист у редакцію, прес-реліз, пост-реліз, бекграундер, біографічна довідка, факт-лист, стаття, заява для ЗМІ, прес-кіт. Написання промов (спічрайтинг). Основні види спічрайтерського тексту. Методика та етапи написання спічрайтерського тексту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі; укл. Є.О. Кияниця. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.
2. Marc K. Copywriting: 4 in 1: Amazon, 2021. – 394 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (оглядова/ тематична); практичні заняття (підготовка презентацій, моделювання ситуацій, написання різних рекламних та PR-текстів).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка творчих завдань, презентацій, аналіз рекламних та PR-текстів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

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

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VII.

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

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг».

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / В.В. Барабанова. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. –136 с.
2. Безугла Л.С. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Л.С.Безугла, Т.В.Ільченко, Н.І. Юрченко та ін. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. – 300 с.
3. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах: навч. посіб. / О.Б.Данченко, Т.В. Дзюба.– Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. –224 с.

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

практичні заняття (презентація / дискусія / модерація / «мозкова атака» / метод кейс-стаді).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.22. Назва. МЕДІАПЛАНУВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VII.

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

Результати навчання. Формування системи теоретичних та практичних знань і навичок з медіапланування.

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

Зміст. Сутність, завдання та етапи медіапланування. Зміст та структура медіаплану. Основні показники медіапланування. Фактори, що впливають на розмір ефективної частоти контакту. Підходи до розрахунку ефективної частоти контактів. Основні концепції медіапланування. Сутність медіадосліджень та їх роль у медіаплануванні. Особливості вивчення аудиторії ЗМІ. Форми подачі рекламної інформації на різних медіаканалах. Типи розміщення реклами в різних видах медіа. Зміст планування рекламної кампанії з різною комбінацією медіаканалів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Крепак А.С. Медіапланування : навч. посіб. / А.С. Крепак. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 128 с.
2. Мельникович О.М. Зовнішня реклама: монографія / О.М. Мельникович, А.С. Крепак. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 219 с.
3. Горпинич О.В. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навч. посіб./ О.В.Горпинич, А.О. Архипова. – Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. – 255 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація / бінарна / дуальна / лекція-конференція/ лекція із

заздалегідь запланованими помилками); семінарські / практичні заняття (презентація / дискусія / моделювання ситуацій / імітація / робота в малих групах).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого індивідуального творчого завдання/ розрахункової роботи/ проекту /задачі / захист проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.23. Назва. ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ.

Тип. Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VIII.

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

Результати навчання. Формування теоретичних основ організації та проведення ділових переговорів, оволодіння прийомами та умовами їх використання для отримання переваг у реалізації стратегій та вирішення спірних проблем у переговорному процесі.

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

Зміст. Сутність та значення ділових переговорів у діяльності підприємств. Порядок організації ділових переговорів. Етапи розробки програми переговорів. Процес проведення ділових переговорів. Подолання розбіжностей в переговорному процесі. Вербальні комунікації під час переговорів. Невербальні комунікації під час переговорів. Технологічні досягнення в методах роботи з партнерами, покупцями і споживачами послуг підприємства. Етичні аспекти ділових переговорів. Особливості здійснення переговорів з партнерами (клієнтами) із зарубіжних країн.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Зілгар Зіг. Секрети укладання угод / пер.з англ. Я.Машико. – Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. – 416с.
2. Зубенко Л.Г. Культура ділового спілкування : навч. посіб. / Зубенко Л.Г., Немцов В.Д. – К. : ЕксОб, 2019. – 200 с.

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

інноваційних технологій: лекції (оглядова, тематична); семінарські та практичні заняття (презентація, дискусія, методи кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.24. Назва. ЖУРНАЛІСТИКА ЦИФРОВИХ МЕДІА.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. VIII.

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

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

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

Зміст. Сутність і зміст цифрових медіа. Організація роботи редакції цифрових медіа. Особливості діяльності інформаційної служби телевізійних новин. Журналістські професії в цифрових медіа. Особливості журналістської творчості для цифрових медіа. Інформаційні, аналітично-публіцистичні та розважальні формати на телебаченні. Жанри цифрового радіомовлення. Інтернет-журналістика: специфіка та жанри. Оцінювання якості контенту для цифрових медіа.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. СташенБ. Мобільна журналістика: практ. посіб. / Б. Сташен; пер. з нім. В. Климченка / за загал. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, 2021. – 260 с.
2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник / І. Михайлин. – Київ: Центр навчальної літератури, 2019. – 496 с.

3. Досенко А. Інтернет-журналістика : комунікативні маркери: навчально-методичний посібник / А. Досенко, І. Погребняк.– Київ: Центр навчальної літератури, 2020. – 184 с.

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, опитування, аналіз текстів, перевірка підготовленої презентації/ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.25. Назва. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. I–IV.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гамов В.Г., зав. каф. фізичної культури та спорту; Бойко О.Г., доц. каф. фізичної культури та спорту; Короп М.Ю., канд. пед. наук, доц. каф. фізичної культури та спорту; Чайченко Н.Л., доц. каф. фізичної культури та спорту.

Результати навчання. Фізичний розвиток, функціональне удосконалення організму, навчання основним життєво-важливим руховим навичкам, вмінням; якісна, динамічна характеристика рівня розвитку і реалізації можливостей людини, що забезпечує біологічний потенціал його життєдіяльності, необхідний для гармонійного розвитку.

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Довгань Н.Ю. Фізичне самовдосконалення студентів : навч. посіб./ Н. Ю. Довгань, Л. Б. Биковська, Н. Л. Чайченко. – К. : Київ. нац.торг.- екон. ун-т, 2015. – 372 с.
2. Рухливі ігри: навч. посіб. / Н.Ю.Довгань, К.О.М'ясоєденков, М.Ю. Короп. – К. : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2015. – 156 с.
3. Фітнес: навч. посіб./ Н.Ю.Довгань, К.О.М'ясоєденков, М.Ю. Короп. – К. : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2016. – 380 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.26. Назва. БЕЗПЕКА ЖИТТЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. II-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Криворучко М.Ю., доц., канд. техн. наук, доц. каф. дизайну та інжинірингу.

Результати навчання. Знання та практичні навички з організації роботи колективу, забезпечення професійного розвитку його членів та досягнення поставлених цілей.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство», «Філософія».

Зміст. Оцінка небезпек. Ризики. Ризики під час надзвичайних ситуацій. Організаційні заходи зі збереження життя персоналу і споживачів та їх рятування. Основи рятування і збереження життя людини у невідкладному стані (домедична допомога). Нормативно-правове та організаційне забезпечення безпеки життя працівників. Державний нагляд і громадський контроль за безпекою праці в Україні. Світовий досвід та міжнародне співробітництво у сфері безпеки праці. Директиви ЄС і конвенції МОП, впровадження їх в

Україні. Ризик-орієнтовне управління професійною безпекою. Стратегія діяльності керівника підприємства. Оцінка ризику виробничих травм. Профілактика виробничого травматизму. Чинники виробничого середовища, їх вплив на працюючих, нормування та нормалізація. Виробнича безпека працюючих. Електробезпека: правила та відповідальність. Забезпечення відповідності робочого місця нормативним вимогам та його комплексна оцінка. Ризики пов'язані із пожежами. Пожежна безпека будівель та споруд. Пожежна безпека та профілактика: обов'язки та відповідальність керівника підприємства, установ та організацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Атаманчук П. Основи охорони праці. : навч. посіб. / П. Атаманчук. – К. : Центр навч. л-ри, 2019. – 224 с.
2. Запорожець О.І. Безпека життєдіяльності/ О.І. Запорожець.– 2-е видання: підручник затверджений МОН України. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 448 с.
3. Михайлюк В.О. Цивільна безпека: навч. посіб. / В.О. Михайлюк, Б.Д. Халмурадов.– К. : Центр навч. л-ри, 2019. – 158 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання та викладання. Українська.

4.27. Назва. ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шкуров Є.О., канд. філол. наук, доц. каф. журналістики і реклами.

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Гончарук-Чолач Т.В. Засоби масової інформації у політичному житті суспільства: навч. посіб./Т.В.Гончарук-Чолач. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. – 252 с.
2. Довідник медійника : навч. посіб. / голова орг. комітету А.А. Мазаракі; укл. Є.О. Кияниця. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 200 с.
3. Носова Б. Міжнародна журналістика: сучасна зарубіжна публіцистика: навч. посіб. / Б.М. Носова. – К. : ВПЦ «Київській університет», 2016. – 128 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.28. Назва. ДИПЛОМАТИЧНИЙ ТА ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ ТА ЕТИКЕТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Радченко С.Г., доц., доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Ознайомлення з основними поняттями дипломатичного протоколу, етикету і церемоніалу, а також

сукупністю специфічних норм, правил і умовностей здійснення дипломатичних взаємодій між офіційними представниками держав і міжнародних організацій та в міжнародній підприємницькій діяльності.

Обов’язкові попередні навчальні дисципліни. «Етика бізнесу».

Зміст. Дипломатичний протокол та етикет як засіб реалізації міжнародної діяльності, основні норми і традиції дипломатичного протоколу в діяльності дипломатичних представників, міжнародна ввічливість держав, протокольні аспекти проведення заходів, методи і засоби дипломатичної комунікації, дипломатичні прийоми, діловий етикет як складова іміджу дипломата як держслужбовця, правила поведінки поза службою, дипломатичний протокол та національні особливості етикету країн світу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Віднянський С.В. Зовнішня політика України в умовах глобалізації. Анотована історична хроніка міжнародних відносин: монографія/ С.В. Віднянський. – К. : Ін-т історії України НАН України, 2017. – 378 с.
2. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посіб. /О.В.Кубрак.– К.: Університетська книга, 2019. – 145 с.
3. Сагайдак О.П. Дипломатичний протокол та етикет : підручник/ О.П. Сагайдак. – К. : Знання, 2017. – 262 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.29. Назва. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лебедева Л.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. економічної теорії та конкурентної політики.

Результати навчання. Формування економічної культури мислення та пізнання економічних відносин суспільства, розуміння механізму функціонування національної економіки, навичок мікроекономічного дослідження поведінки та взаємодії окремих суб'єктів ринку; вміння вільно орієнтуватися в теоретичних закономірностях та особливості розвитку господарських систем загалом та в трансформаційній економіці України; розуміння основних закономірностей та принципів функціонування ринкової економіки; аналізувати мотивації та стратегії поведінки підприємства в умовах ринкового господарювання; розуміння специфіки перехідного періоду, проблем ринкової трансформації економіки України; усвідомлювати сучасні процеси глобалізації економічного життя людства.

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

Зміст. Підприємство в умовах ринкового господарювання. Попит та пропозиція. Теорія еластичності. Теорія граничних продуктів та мікроекономічна модель фірми. Витрати, їх природа та структура. Матриця ринкових структур. Формування попиту на економічні ресурси. Держава в мікроекономічній теорії: зовнішні ефекти та громадські блага. Сутність процесу суспільного відтворення. Відтворення національного продукту і національного багатства. Вимірювання результатів макроекономічної діяльності. Сукупний попит та сукупна пропозиція. Коливання сукупного попиту в моделях мультиплікатора. Національний ринок та його рівновага. Моделі макроекономічної рівноваги. Рівновага на ринку грошей. Інфляція та антиінфляційна політика. Зайнятість і безробіття. Державний борг і його вплив на національну економіку. Макроекономічна політика та економічне зростання у відкритій економіці.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Економічна теорія: підручник / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, Т.А. Щербакова та ін.; за заг. ред. В.Д. Лагутіна. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 608 с. 52
2. Соколов М. Економічна теорія: підручник / Микола Соколов, Микола Горлач, Володимир Гущенко, Микола Кримов, Марія Жилєнкова. – Київ: «Центр навчальної літератури», 2017. – 532 с.
3. Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка). Мікроекономіка: навч. посіб. / [Н. П. Мацелюх та ін.] ; Держ. фіск. служба України, Ун-т держ. фіск. служби України. – Ірпінь : Ун-т ДФС України, 2018. – 429 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні заняття (традиційні, тренінгові завдання, виступи студентів з презентаціями, тестування); застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, розв'язання задач тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.30. Назва.ЕТИКА БІЗНЕСУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Радченко С.Г., доц., доц. каф. філософії, соціології та політології.

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

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

Зміст. Етика бізнесу як навчальна дисципліна. Інтегрування ділової етики в сучасне бізнес-середовище. Корпоративне управління як засіб етичного регулювання взаємовідносин в колективі. Етичні основи ділових відносин у бізнесі. Діловий етикет як засіб організації професійної взаємодії. Стиль і манери ділової людини. Етичні стандарти організації і проведення ділових комунікативних заходів. Етика у міжнародних ділових стосунках.

Рекомендовані джерелата інші навчальні ресурси/засоби.

1. Грищенко І. М. Підприємницький бізнес: підручник для студентів ВНЗ / І. М. Грищенко. – К.: Грамота, 2016. – 519 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.31. Назва. ІМІДЖОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Радченко С.Г., доц., доц. каф. філософії, соціології та політології.

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії : монографія / І.С. Бондаренко. – Держ. ВНЗ «Запоріж. нац. ун-т» М-ва освіти і науки України. – Запоріжжя : ЗНУ, 2016. – 302 с.
2. Дячук В.П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. / В.П. Дячук. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2017. – 308 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.32. Назва. ІНФОГРАФІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

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

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

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

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

Програмне забезпечення для створення інфографіки. Робота з векторними ілюстраціями і тривимірними об'єктами. Створення власного портфоліо та резюме.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Алданькова Г.В. Комп'ютерна графіка в рекламі: навч. посіб. (лабораторний практикум) / Г.В. Алданькова. – К.: КНТЕУ, 2018. – 256 с.
2. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.
3. Геллер С. Графічні стилі: Від вікторіанців до хіпстерів/ С. Геллер, С. Кваст. Пер. С англ. Журавльова О., Пінчук Д. – Київ, ArtHuss, 2019. – 288 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.33. Назва. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. II-VII.

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

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Інформаційні війни у соціальних он-лайн мережах: [монографія] / О.В. Курбан. – К. : Київ. Ун-т ім. Б. Грінченка, 2017. – 392 с.
2. Гамова І.В. Інформаційні війни: підручник. / І.В. Гамова. – Київ: Держ. торг. – екон. ун-т, 2022. – 184 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.34. Назва. ІСТОРІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

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

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

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

Зміст. Господарський розвиток у первісну добу, добу Середньовіччя і зародження капіталістичних відносин. Промислова революція у розвинених країнах Західної Європи та США. Господарство України в період капіталізму. Розвиток народного господарства країн Західної Європи, США, Японії та України у міжвоєнний період та після Другої світової війни. Розвиток народного господарства України (до 1990 року). Сучасний етап реформування економіки в зарубіжних країнах. Економічна думка стародавнього світу та середньовіччя. Меркантилізм. Класична політична економія. Еволюція класичної політичної економії. Завершення класичної традиції. Історична школа та соціальний напрям у політичній економії. Маржиналізм. Становлення неокласичної традиції в економічній теорії. Плюралізм сучасних доктрин економічної науки. Генезис та еволюція кейнсіанства. Розвиток неокласичних ідей в XX столітті. Неолібералізм. Інституціоналізм. Основні напрями та видатні представники вітчизняної економічної думки (XIX – початок XXI ст.).

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Історія економічних вчень: навч. посіб. / Н.А. Добрянська, С.В. Філіппова. – Одеса: Бондаренко М.А., 2018. – 92 с.

2. Ущатовський Ю.В. Історія економіки та економічної думки: навч. посіб. / Ю.В. Ущатовський. – Житомир : Житомирська політехніка, 2020. – 144 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.35. Назва. ІСТОРІЯ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Тесленко Н.О., доц, канд. філол. наук, доц. каф. сучасних європейських мов, зам. декана ФМТП.

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури XVII–XVIII століття: навч. посіб. / Г.Й. Давиденко, М.О. Величко. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 292 с.
2. Давиденко Г. Й. Історія зарубіжної літератури XIX – початку XX століття: навч. посіб. / Г.Й. Давиденко, О.М. Чайка. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 400 с.

3. Давиденко Г.Й. Історія зарубіжної літератури ХХ століття: навч. посіб. / Г.Й.Давиденко, Г.М.Стрельчук, Н.І. Гричаник.– К.: Центр учбової літератури, 2017. – 504 с.

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

Методи оцінювання.

– поточний контроль (усне опитування, індивідуальне завдання);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

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

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

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

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

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

Зміст.Сутність та мета навчальної дисципліни. Передумови виникнення реклами та зв'язків з громадськістю. Протореклама. Прото PR. Реклама та зв'язки з громадськістю в Стародавньому світі. Реклама та зв'язки з громадськістю в Середньовіччі. Вплив розвитку культури в епоху Відродження на розвиток комунікаційної сфери. Розвиток реклами та PR в індустріальному суспільстві. Америка – колиска реклами та зв'язків з громадськістю Нового часу. Піонери рекламної сфери та їх здобутки. Батьки засновники зв'язків з громадськістю. Реклама та зв'язки з громадськістю на теренах України XIX –XX століття. Провідні рекламні та PR-агенції, їх виникнення та розвиток. Рекламні агентства та їх представники в країнах Сходу. Реклама та зв'язки з громадськістю радянського періоду. Розвиток української реклами ХХ століття. Сучасна українська реклама та зв'язки з громадськістю.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Афанасьєв І. Історія PR : навч. посіб. / І. Афанасьєв.– Київ: Алерта, 2016.– 140 с.
2. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу: посібник/ Д. Томпсон.– Київ: YakabooPublishing, 2018.–432 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.37. Назва. ІСТОРІЯ УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування (з позиції історичного досвіду) розуміння сутності історичних перетворень, що відбуваються в сучасній Україні, а також почуття патріотизму, історично науково обґрунтованої свідомості.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Знання дисципліни «Історія України» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Вступ. Давня історія України. Київська та Галицько-Волинська Русь. Українські землі у складі Великого Князівства Литовського та Речі Посполитої. Козацька доба в історії українського народу. Гетьманщина. Українські землі під владою Російської імперії. Українські землі в складі Австро-Угорської імперії. Україна у Першій світовій війні. Українська революція 1917 р. і діяльність Центральної Ради. Національно-визвольні сили 1918 – 1920-х рр. Гетьманат П. Скоропадського та Директорія Україна в умовах становлення радянської влади. Україна під час Другої світової війни (1939-1945 рр.). Післявоєнна відбудова і розвиток України в 1945 – початку 1950-х років. Лібералізація політичного життя та економічні перетворення в Україні 1950-1970-х роках. Україна у період загострення кризи радянської системи. Відродження Незалежності України. Україна на етапі розбудови незалежності (1994-2004 рр.). Україна на початку XXI ст. Україна в світових процесах.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Вортман Д. TERRA UCRAINICA. Історичний атлас України і сусідніх земель. Від кімерійців до сьогодення / Д. Вортман, Я. Гордієнко, М. Майоров. – Харків : ХНЕУ, 2018. – 466 с.
2. Історія України: підручник для студентів неісторичних спеціальностей вищих навчальних закладів / О.М. Бут, М.І. Бушин, Ю.І. Вовк та ін. – Черкаси, 2018. – 644 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.38. Назва. ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. істор. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування системи знань про закономірності національного історико-культурного процесу, про основні досягнення вітчизняної культури, засвоєння загальнолюдських та національних культурних цінностей, збагачення духовного світу, формування моральних і естетичних потреб та здатності зберігати і охороняти культурні здобутки України.

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

Зміст. Витоки української культури. Культура Київської Русі (IX – XIV ст.). Високе середньовіччя у розвитку української культури (XIV – перша пол. XVII ст.). Розвиток романського стилю, Готики та Ренесансу в українській культурі. Українська культура доби бароко (друга пол. XVII – XVIII ст.). Культурні процеси доби становлення української модерної нації (XIX ст.). Романтична та реалістична традиції та їх особливості в українській культурі. Модерні культурні явища (1890-1921 рр.). Український авангард. Культуротворчі

процеси в Україні (1922-1991 рр.). Культурні трансформації в незалежній Україні.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Нитко Ю.І. Українська культура в європейському аспекті : навч. посіб. / Ю.І.Нитко, К.А. Барздика.– К. : Знання, 2018. – 179 с.
2. Кулагін Ю.І. Історія української культури : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.І.Кулагін, Ю.Г.Бадах, Н.А. Латигіна. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. –508 с.
3. Хоружий Г.Ф. Українська людина в європейському світі: виміри ідентичності : навч. посіб. / Г.Ф. Хоружий. – К. : УБС, 2017. –609 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням новітніх інтерактивних засобів, круглі столи, конкурси, творчі вечори, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.39. Назва. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА УКРАЇНИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кравченко А.А., проф., д-р філос. наук, зав.каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Розуміння значення національного культурного надбання слугує вагомим підґрунтям для формування національної свідомості майбутніх спеціалістів, становлення патріотично налаштованих громадян держави.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія України», «Історія української культури», «Світова культура».

Зміст. Культурна спадщина України: зміст, засади та принципи збереження. Археологічні пам'ятки культурної спадщини України. Церковно-монастирська спадщина України. Фортеці та замки України. Міста та історико-архітектурна спадщина України. Природна та етнокультурна спадщина України. Визначні пам'ятні місця та меморіали України. Музеї та колекції України.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Зотов В.М. Українська та зарубіжна культура : словник культурологічних термінів: навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів / В.М. Зотов, А.В. Клімачова, В.О. Таран. – К. : Центр навч. літ., 2017. – 264с.
2. Поливач К.А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України: монографія / К.А. Поливач. – К. : Ін-т географії, 2017. – 208 с.
3. Наочний довідник «Історія України»[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://liceumilicii.edu.kh.ua/Files/downloads/%20%D0%9D%D0%94%20%D0%98%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D1%8B%207-9%28%D1%83%D0%BA%D1%80%29.pdf>

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.40. Назва. ЛОГІКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Боровська Л.О., доц., канд. філософ. наук, доц. кафедри філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування і вдосконалення логічної культури мислення студентів, розвиток у них абстрактного і критичного мислення, формування логічного мислення як засобу пізнання навколишнього світу та самого себе, регулювання інтелектуальної діяльності. **Обов'язкові попередні навчальні дисципліни:** «Філософія». **Зміст.** Логіка як наука та її значення. Поняття як форма мислення. Судження та відношення між ними. Запитання і відповіді. Закони формальної логіки. Умовивід. Логіка наукового пізнання. Логічні основи доведення та спростування. **Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.**

1. Алфьоров С.М. Логіка для юристів : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ С.М. Алфьоров. – К. : КНТ-Дакор, 2017. – 131 с.
2. Ілько С.П. Логіка : підручник / С.П. Ілько. – К. : Селтік, 2019. – 283 с.
3. Кулагін Ю.І. Логіка: навч. посіб. / Ю.І. Кулагін, І.В. Войціцька. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 94 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції з використанням мультимедійних засобів, семінарські заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій, круглі столи, конкурси, олімпіади.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.41. Назва. МАКЕТУВАННЯ В РЕКЛАМІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

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

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

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

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

документу. Етапи розробки і технологія друку багатосторінкового видання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Брюханова Г.В. Комп'ютерні дизайн-технології: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Брюханова. – К. : Центр учбової літератури, 2018. – 180 с.
2. Макетування і верстка: Adobe InDesign CC [Електронний ресурс]: комп'ютерний практикум для студ. спеціальності 061 «Журналістика», спеціалізації «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / О. А. Головка; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 14,21 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 97 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.42. Назва. МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Хмурова В.В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації та прийняття адекватних управлінських рішень.

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Менеджмент : підручник. 4-те вид., доп., перероб. / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – Київ: Кондор, 2018. – 563 с.
2. **Заплановані навчальні заходи та методи викладання.** Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні); практичні заняття (презентації, дискусії, робота в малих групах, кейс-стаді, рольові та ділові ігри, практичні вправи та виїзні заняття).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.43. Назва. ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, науковий ступінь, посада. Разіцький В.Й., доц., канд. іст. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування у студентів системного, цілісного уявлення про основні закони ораторського мистецтва як науки, спрямованої на розвиток інтелекту, та культури мовлення майбутнього фахівця.

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

Зміст. Ораторське мистецтво як навчальна дисципліна. Теорія мовлення – методологічна основа ораторського мистецтва. Красномовство. Основи ораторської майстерності. Оратор і аудиторія. Основні правила та вимоги підготовки оратора до публічного виступу. Основи техніки мовлення. Фігури мовлення в ораторському мистецтві.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Серета Н.В. Основи ораторської майстерності: навч. посібн. / Н.В.Серета, О.В. Квасник. – Харків : НТУ «ХПІ», 2019. – 304 с.
2. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – Київ : Алерта, 2018. – 215 с.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.44. Назва. ОСНОВИ КІБЕРБЕЗПЕКИ / CYBERSECURITY ESSENTIALS

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Костюк Ю.В., старш. викл. каф. інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки.

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок з питань правильного поводження з інформацією у кіберсфері, а також формування навичок безпечної роботи із засобами комп'ютерної техніки.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформаційні технології в професійній діяльності».

Зміст. Кіберпростір і кібербезпека – головні ознаки нової інформаційної цивілізації. Національна система кібербезпеки України. Сутність та основні процедури керування кібербезпекою. Кібератаки, загрози та їх властивості. Характеристика сучасних кібератак. Дезінформація як елемент кібератак. Сценарії розвитку та методи протидії. Комп'ютерна вірусологія. Соціальна інженерія. Соціотехнічна безпека: проблемні аспекти. Безпека спілкування в кіберпросторі. Особливості економічної діяльності суб'єктів господарювання в кіберпросторі. Безпека цифрового простору суб'єктів господарювання. Безпека Інтернету-речей. Системи захисту інформації на проникнення. Основні методи забезпечення кібербезпеки суб'єкта господарювання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Даник Ю.Г. Основи кібербезпеки та кібероборони: підручник / Ю.Г. Даник, П.П. Воробієнко, В.М. Чернега. – [Видання друге, перероб. та доп.]. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2019. – 320 с.
2. Пашорін В.І. Безпека інформаційних систем: навч. посіб. / В.І. Пашорін, Ю.В. Костюк. – Київ: ДТЕУ, 2022. – 376 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематична, проблемна); лабораторні заняття з використанням сучасних інтерактивних технологій (традиційні, дискусія, моделювання ситуацій); самостійна робота; консультації.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.44. Назва. ПОЛІТОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Міщенко А.М., канд.політ. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування цілісної, логічної, послідовної системи знань про політику як суспільне явище і соціальний феномен.

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

Зміст. Політика та наука про політику. Основні етапи розвитку політичної думки. Політична влада як інструмент політики. Ресурси і види влади. Сутність, специфічні ознаки та особливості політичної влади. Політична еліта і політичне лідерство. Політична система суспільства. Політичний режим як механізм функціонування політичної системи суспільства. Держава як політичний інститут. Політичні партії, громадсько-політичні об'єднання та рухи. Політична культура та політичні ідеології. Політичні процеси. Політичні конфлікти: сутність, типологія, функції та шляхи їх розв'язання. Вибори і стадії виборчого процесу. Світовий політичний процес і міжнародна політика. Україна у системі міжнародних політичних відносин та її місце у сучасному геополітичному просторі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бебик В. М. Політологія. Наука і навчальна дисципліна: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. М. Бебик. – Київ : Каравела, 2017. – 495 с.
2. Кузь О.М. Практикум з навчальної дисципліни «Політологія» : навч.-практич. посіб. / О.М.Кузь, І.В.Жеребяткова, Д.С.Коротков, О.М.Сахань.–К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017.– 68 с.
3. Політологія: історія та теорія[Електронний ресурс].–Режим доступу : <http://194.44.152.155/elib/local/sk756391.pdf>

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.45. Назва.ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип.За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада.Кармазінова В.Д., канд. екон. наук, старш. викл.каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок застосування інструментів прямого маркетингу в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємств.

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

Зміст. Сутність, завдання та місце прямого маркетингу в маркетинговій комунікаційній діяльності підприємства. Послідовність розробки та реалізації директ-маркетингового проекту на підприємстві. Інформаційне забезпечення заходів прямого маркетингу. Правила формування та ведення ефективних баз даних. Персональний продаж та мережевий маркетинг як особлива форма прямого маркетингу. Сутність та складові ефективною прямою поштовою розсилки. Продаж за каталогами. Сучасні інтерактивні форми прямого маркетингу з використанням електронних технологій та мережі Інтернет.

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.

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне / письмове опитування, перевірка підготовленого звіту / презентації / проекту / ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.46. Назва. ПСИХОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мостова І.В., канд. психол. наук, доц. каф. психології.

Результати навчання. У результаті вивчення дисципліни студент має знати головні проблеми та завдання психології на сучасному етапі; основні закономірності функціонування та властивості психічних пізнавальних процесів, станів, утворень емоційно-вольової сфери та індивідуальних властивостей особистості; психологічні

особливості спілкування, міжособистісних взаємин у сім'ї, стосунків у колективі.

Необхідні обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Біологія» рівня повної загальної середньої освіти.

Зміст. Основні поняття та категорії психологічної науки і практики. Когнітивна сфера особистості – нижчі психічні пізнавальні процеси. Психічні утворення, властивості та емоційно - вольова сфера особистості. Психологічна характеристика темпераменту та характеру. Особистість в соціальній сфері. Психологія особистості та соціально-психологічні феномени особистості в групі. Вікові особливості формування самосвідомості. Психологія професійної діяльності. Психологічні умови сімейного благополуччя. Психологічні умови психічного і фізичного здоров'я.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Корольчук М.С. Основи психології: опорні конспекти, схеми, методики: навч. посіб. / М.С. Корольчук, В.М. Крайнюк, В.М. Марченко. – К. : Ніка-Центр, 2018. – 320 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.47. Назва. ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Миронець С.М., проф., д-р психол. наук, зав. каф. психології.

Результати навчання. Знання і розуміння загальнотеоретичних проблем психології реклами; психологічних аспектів комунікації між

рекламістами та споживачами; психологічних особливостей застосування різних видів реклами і рекламної діяльності; ролі мотиваційних установок та стереотипів у рекламній практиці; особливостей психологічного впливу рекламної продукції на формування рекламних образів; соціокультурних проблем психологічних впливів в рекламі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія».

Зміст. Загальнотеоретичні та культурно-історичні питання психології реклами. Види реклами і рекламної діяльності. Психологія мотивації у рекламі. Засоби психологічного впливу у рекламі. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів. Методи активізації пошуку творчих ідей. Психологічна ефективність рекламної діяльності. Соціально-культурні особливості психології реклами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії); практичні заняття (тре-нінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій).

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.48. Назва. ПСИХОЛОГІЯ ТОРГІВЛІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Войтенко О.В, доц., канд. псих. наук, доц. каф. психології.

Результати навчання. Вивчення психологічного потенціалу працівника торгівлі, методів та засобів реалізації його ділового успіху. Формування у студентів комплексу теоретичних знань і

практичних умінь та навичок психологічного управління як процесом створення довгострокового пріоритету товару серед конкурентів, так і процесом комунікативного впливу на споживачів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Психологія», «Психологія реклами».

Зміст. Концептуально-теоретичні основи психології торгівлі. Екстринсивна та інтринсивна мотивація в торгівлі. Сенсорні механізми у психології торгівлі. Ціннісні орієнтири в уявному проектуванні техніко-тактичної програми торговельної діяльності. Психологічні детермінанти прийняття рішень у виборі технологій торгівлі. Характеристика психологічних якостей фахівця торговельної сфери. Комунікативний простір торговельної діяльності. Візуальна психодіагностика споживачів. Професійна етика в торговельній діяльності.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби:

1. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с.
2. Цимбалюк І.М. Психологія торгівлі: навч. посіб. / І.М. Цимбалюк. – К. : Професіонал, 2016. – 368 с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.49. Назва. СВІТОВА КУЛЬТУРА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кизименко І.О., доц., канд. іст. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування системи знань про світовий культурний процес, засвоєння загальнолюдських культурних цінностей, формування її моральних і естетичних потреб.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Історія української культури», «Мистецтво».

Зміст. Виникнення культури та мистецтва в первісному суспільстві. Культура і мистецтво Стародавнього Світу. Антична культура та мистецтво. Арабська культура та мистецтво. Середньовічна культура. Культура та мистецтво доби Відродження. Західноєвропейська культура та мистецтво XVII-XVIII ст. Західноєвропейська культура та мистецтво XIX ст. Провідні тенденції та особливості розвитку культури XX – початку XXI століття.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Нитко Ю.І. Українська культура в європейському аспекті : навч. посіб. / Ю.І. Нитко, К.А. Барздика. – К. : Знання, 2018. – 179 с.
2. Хоружий Г.Ф. Українська людина в європейському світі: виміри ідентичності : навч. посіб./ Г.Ф. Хоружий.–К. : УБС, 2017. – 609 с.
3. Багатозначність поняття культури[Електронний ресурс].–Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10204/>

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.50. Назва. СОЦІАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шепетяк О.Т., доц., канд. філос. наук, доц. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Формування цілісної, логічної, послідовної системи знань про феномен соціального лідерства як базового елементу групової організації, набуття навичок визначати рольові функції і типологічні характеристики лідерства, управління соціальними конфліктами в команді.

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

Зміст. Сутність соціального лідерства в організації. Влада в організаціях. Джерела влади. Тактика і стратегія ефективного застосування влади. Динаміка влади: як втрачається влада, як змінюються організації. Рольові функції і типологічні характеристики лідерства. Політичний лідер: суть і типологія. Соціально-психологічний портрет лідера. Авторитарні політичні лідери. Демократичні політичні лідери. Особистісний ресурс та основні компетенції в реалізації лідерської позиції. Командоутворення як ключова задача лідерів-керівників. Соціальні конфлікти в команді і управління ними. Проблеми формування політичних лідерів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Литки І.К. Основи лідерства : навч. посіб. / І.К.Литки, С.Т. Мажуга. –К. : Докапрінт, 2019. –168 с.
2. Стеценко К.С. Управління та принципи управління : монографія/ К.С. Стеценко. – К. : Лібра, 2019. – 273 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:лекції (оглядова); семінарські та практичні заняття з проведенням групових тренінгів, презентацій / моделюванням ситуацій / дискусій / кейс-стаді тощо.

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.51. Назва. СОЦІОЛОГІЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кухта М.П., проф., д-рсоц. наук, проф. каф. філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Засвоєння студентами системи соціологічних знань і на цій основі глибокого самостійного та критичного розуміння студентами соціального життя сучасної України.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Філософія», «Історія сучасного світу».

Зміст. Соціологія як соціальна методологія та соціальна практика. Суспільство як соціально організована система. Соціальна теорія особистості. Соціальні спільноти та соціальні інститути. Соціальна взаємодія та соціальні процеси. Соціальні зміни в глобальному світі. Методологія соціального пізнання. Соціально-економічна антропологія. Соціально-економічні моделі суспільства. Соціологія праці та виробництва. Соціологія споживання. Соціологія фінансів: національний та глобальний рівні. Соціологія соціального передбачення та прогнозування. Соціологія підприємництва. Соціологія міжнародних економічних відносин. Соціологія засобів масової інформації. Соціологія реклами. Соціологія права. Соціологія менеджменту. Соціологія маркетингу. Методологія та методика соціологічних досліджень. Організація і техніка проведення соціологічних досліджень.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Курчаба Т. Соціологія : навч.-метод. посіб. / Т. Курчаба. – Львів: ПП Сорока Т. Б., 2017. – 183 с.
2. Соціологія як наука про суспільство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/12295/>
3. Горпинич О.В. Соціологія: навч. посіб. / О.В.Горпинич, О.Ю. Клименко, Л.М.Москаленко, М.С.Труш, В.Ф. Ятченко. – Київ : ДУТ, 2019. – 235 с.

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

Методи та критерії оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.52. Назва. ТОВАРОЗНАВСТВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2024/2025, 2025/2026, 2026/2027.

Семестр. IV-VII.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Марчук Н.Б., доц., канд. тех. наук, доц. каф. товарознавства та митної справи.

Результати навчання. Студент повинен знати: класифікацію продовольчих та непродовольчих товарів; чинники формування властивостей і якості продовольчих та непродовольчих товарів;

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

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

Зміст. Основні категорії товарознавства. Принципи класифікації продовольчих та непродовольчих товарів. Закономірності формування споживних властивостей продовольчих та непродовольчих товарів. Асортимент продовольчих та непродовольчих товарів. Вимоги до якості та методи оцінювання якості продовольчих та непродовольчих товарів. Умови зберігання і транспортування різних груп товарів. Чинники, що впливають на збереження якості товарів під час їх зберігання, транспортування та реалізації.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Товарознавство. Непродовольчі товари : підручник. – за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 893 с. – (Серія «Товарознавство»)
2. Товарознавство. Класифікація непродовольчих товарів. Теорія і практика : монографія / за ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 450с.

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

Методи оцінювання.

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.53. Назва. УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА І ФОЛЬКЛОР.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

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

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Українська література».

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Колесса Філярет. Університетські виклади про український фольклор і фольклористику: У 13 зошитах. Зошити VIII–IX: Групи, зв'язані з народним календарем і господарськими сезонами / Упорядкування, підготування тексту, вступні зауваги, коментарі Ірини Довгалюк. – Львів: СПОЛОМ, 2022. – 144 с. іл.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота. Пояснювально-ілюстративні,

дослідницькі, евристичні, проблемні, дискусійні, інтерактивні методи та технології викладання.

Методи оцінювання.

- поточний контроль (усне і фронтальне опитування, тестування, контрольна робота, перевірка індивідуальних творчих завдань, презентацій, літературний диктант).
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.54. Назва. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2023/2024, 2024/2025.

Семестр. II-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Жуковська В.М., проф., канд. екон. наук, проф. каф. менеджменту.

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

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент».

Зміст. Методологічні основи управління персоналом. Персонал як об'єкт управління в організації. Структура та функції підрозділів з управління персоналом. Кадрова політика організації. Стратегія управління персоналом організації. Планування роботи з персоналом в організації. Набір та відбір персоналу в організації. Адаптація персоналу та її види. Формування колективу організації. Згуртованість та соціальний розвиток колективу. Оцінювання персоналу в організації. Управління розвитком і рухом персоналу організації. Управління процесами вивільнення персоналу. Соціальне партнерство в організації. Ефективність управління персоналом.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Залюбінська Л.М. Управління персоналом: підручник / Л.М.Залюбінська, М.Л.Скорик. – Одеса: Одеський національний університет імені І.І.Мечникова, 2017. – 560 с.
2. Noe Raymond, Hollenbeck John, Gerhart Barry, Wright Patrick. Fundamentals of Human Resource Management. – McGraw-Hill, 2019.– 406 p.

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

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.