

Міністерство освіти і науки України

Державний торговельно-економічний університет

Факультет торгівлі та маркетингу

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитна трансферна система (ЄКТС)

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D7 Торгівля
Освітня програма	«Торговельний бізнес»
Освітній ступінь	«магістр»

Київ 2025

3. Освітня програма

1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Факультет торгівлі та маркетингу Кафедра торговельного підприємництва та логістики
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський) рівень вищої освіти Кваліфікація – Магістр з торгівлі
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D7 Торгівля
Назва освітньої програми	Торговельний бізнес
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає СВО МОН України
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, Обсяг освітньо-професійної програми – 90 кредитів ЄКТС. Нормативний строк підготовки 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності УД 11017643, дійсний до 01.07.2026 виданий Акредитаційною комісією Міністерства освіти і науки України.
Цикл, рівень вищої освіти	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий рівень, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови вступу на освітню програму	Наявність ступеня бакалавра або спеціаліста Умови прийому на програму регламентуються Правилами прийому до ДТЕУ
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07.2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері торговельного бізнесу, здатних ефективно здійснювати підприємницьку, комерційну, аналітичну та управлінську діяльність у сфері внутрішньої та міжнародної торгівлі; вирішувати дослідницькі й практичні завдання з використанням інструментів аналізу ринку, цифрових технологій у торгівлі та алгоритмів прийняття управлінських рішень; ідентифікувати та вирішувати проблеми розвитку торговельної діяльності.	

3- ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Предметна область

Об'єкти вивчення та/або діяльності діяльність суб'єктів господарювання підприємницьких і торговельних структур з виробництва та обігу товарів і послуг, яка здійснюється з метою забезпечення їх ефективного управління та розвитку.

Цілі навчання: підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних розв'язувати складні завдання і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Теоретичний зміст предметної області наукові теорії, положення, концепції, принципи підприємництва та торгівлі й методологія їхнього використання для ефективного управління і розвитку підприємницьких і торговельних структур.

Методи, методики та технології: система інноваційних методів, професійних методик та технологій управління, сучасні цифрові технології.

Інструментарій та обладнання: інформаційно-комунікаційні системи, прилади та обладнання (комп'ютерна техніка, спеціалізоване програмне забезпечення).

Орієнтація освітньої програми

Освітньо-професійна, прикладна, дослідницька

Основний фокус освітньої програми

Спеціальна освіта у галузі знань «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності «Торгівля» з поглибленим вивченням теоретико-методичних засад організації та управління торговельним бізнесом; управління бізнес-процесами торговельного підприємства, управління ланцюгами постачання, електронної та міжнародної торгівлі, а також інноваційних технологій в торговельному бізнесі.

Ключові слова: торговельний бізнес, роздрібна торгівля, ритейл, дистрибуція, оптова торгівля, електронна торгівля, ефективність продажу, бізнес-процеси підприємств торгівлі, торговельні мережі.

Особливості програми

Надання студентам знань щодо розуміння сучасних тенденцій розвитку і особливостей торговельного бізнесу в Україні й зарубіжних країнах з акцентом на критичному мисленні та практичних навичках, набуття компетентностей, необхідних для здійснення професійної діяльності, реалізації проектів та управління бізнес-процесами підприємств оптової і роздрібною торгівлі та їх об'єднань.

**4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ
ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ**

Придатність до працевлаштування

Випускники даної освітньо-професійної програми можуть працевлаштуватися на підприємствах, установах та організаціях або здійснювати підприємницьку діяльність.

Згідно з класифікатором професій ДК 003:2010 зі змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 року № 259:

1210 Керівники підприємств, установ та організацій
1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі
123 Керівники функціональних підрозділів
1231 Керівники фінансових, бухгалтерських, економічних, юридичних та адміністративних підрозділів та інші керівники
1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання
1238 Керівники проектів та програм
1239 Керівники інших функціональних підрозділів
131 Керівники малих підприємств без апарату управління
1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі
1319 Керівники інших малих підприємств без апарату управління
14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів
145 Менеджери (управителі) в торгівлі, готелях та закладах ресторанного господарства
1451 Менеджери (управителі) у торгівлі транспортними засобами та їх ремонті
1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі
1453 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті
1453.1 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами
1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами
1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами
1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління
2419.2 Професіонали у сфері ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності
2441 Професіонали в галузі економіки
2447 Професіонали у сфері управління проектами та програмами

Подальше навчання

Продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти з метою здобуття наукового ступеня доктора філософії, доступ до дослідницьких стипендій для участі у програмах циклу післядипломної освіти

5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Викладання та навчання

Збалансоване поєднання аудиторних занять (лекції-дискусії, семінарські заняття, практичні заняття в малих групах, самостійна робота з інформаційними джерелами, консультації викладачів), дистанційного навчання та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого, інтерактивного навчання та самонавчання.

Оцінювання

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів у ДТЕУ» та передбачає проведення таких контрольних заходів: поточний та підсумковий контроль, атестація.

Поточний контроль проводиться на практичному/лабораторному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань лабораторних/практичних робіт.

Підсумковий контроль – контрольні заходи, що передбачають встановлення відповідності (вимірювання, оцінювання) здобутих особою результатів навчання вимогам освітньої програми у частині відповідного освітнього компонента, що здійснюється в університеті у формі заліку та екзамену.

Результати навчання студентів у ДТЕУ оцінюються за 100- бальною шкалою, де: 60-100 балів – результати навчання, що дають студенту право здобути кредити ЄКТС; 0-59 балів – незадовільні результати навчання, що не дають студенту право здобути кредити ЄКТС.

6–ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК1	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
ЗК2	Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
ЗК3	Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
ЗК4	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
ЗК6	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності (СК)

СК1	Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур.
СК2	Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.

СК3	Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.
СК4	Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.
СК5	Здатність до ініціювання і реалізації інноваційних проектів в підприємницькій та торговельній діяльності.
СК6	<i>Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері торговельного бізнесу та коректно інтерпретувати їх.</i>
СК7	<i>Здатність оцінювати результативність і ефективність функціонування суб'єкта господарювання у сфері торговельного бізнесу</i>
СК8	<i>Здатність до критичного осмислення тенденцій розвитку торговельного бізнесу в Україні та світі, пошуку резервів підвищення ефективності управління бізнес-процесами підприємств оптової і роздрібною торгівлі та їх об'єднань.</i>
7–ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
ПРН1	Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.
ПРН2	Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.
ПРН3	Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.
ПРН4	Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.
ПРН5	Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.
ПРН6	Розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.
ПРН7	Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва і торгівлі.
ПРН8	Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.
ПРН9	Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.
ПРН10	Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.
ПРН11	Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких і торговельних структур.

ПРН12	<i>Здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері торговельного бізнесу та коректно інтерпретувати їх результати.</i>
ПРН13	<i>Визначати ступінь результативності та ефективності функціонування підприємства торговельного бізнесу на основі комплексного аналізу його діяльності.</i>
ПРН14	<i>Аналізувати тенденції розвитку торговельного бізнесу в Україні та світі та знаходити шляхи підвищення ефективності управління бізнес-процесами підприємств оптової і роздрібної торгівлі та їх об'єднань.</i>

8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ

Кадрове забезпечення

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Реалізацію освітньо-професійної програми «Торговельний бізнес» здійснюють науково-педагогічні працівники з науковим ступенем та/або вченим званням, які відповідають вимогам чинного законодавства України, мають достатній рівень наукової і професійної кваліфікації. До освітнього процесу також залучаються фахівці-практики і представник професійних об'єднань та іноземні партнери. Всі науково-педагогічні працівники кожні п'ять років проходять стажування / підвищення кваліфікації.

Матеріально-технічне забезпечення

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Для зручності здобувачів вищої освіти функціонують корпоративна система дистанційного навчання та автоматизована система управління освітнім процесом «МІА: Освіта». В університеті обладнані сучасні комп'ютерні класи зі спеціалізованим програмним забезпеченням, функціонує Навчально-науковий центр бізнес-симуляції та працює Smart-бібліотека. Створенні всі умови для навчання осіб з інвалідністю. Наявна соціально-побутова інфраструктура ДТЕУ.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення

Для кожної освітньої програми в університеті розробляється Інформаційний пакет ЄКТС.

Кожен студент через особистий кабінет АСУ «МІА: Освіта» може переглянути та сформулювати власний індивідуальний план, переглянути навчальний план, здобути бали за дисциплінами, розклад занять та комунікувати з учасниками освітнього процесу.

Програми, робочі програми, силабуси дисциплін та критерії оцінювання за освітніми компонентами розміщені на корпоративній платформі дистанційного навчання.

В електронному репозитарію університету розміщено повнотекстовий доступ до наукової та навчальної літератури ДТЕУ, рукописи кваліфікаційних робіт та дисертацій на здобуття наукових ступенів.

Для зручності здобувачів вищої освіти в університеті розроблений Каталог навчальних дисциплін, відповідно якого студенти мають право обирати вибіркові

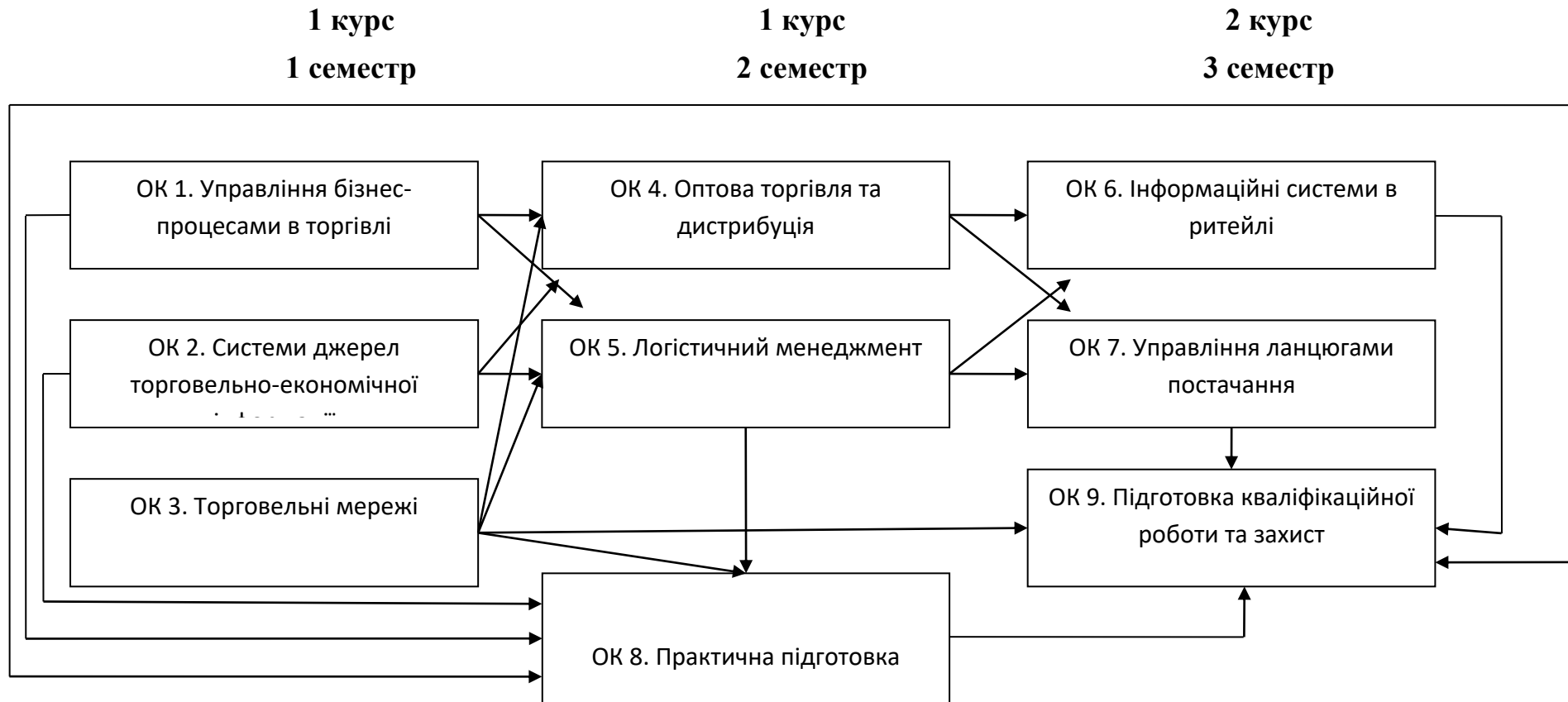
освітні компоненти.
9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ
<i>Національна кредитна мобільність</i>
Національна кредитна мобільність здійснюється в межах укладених меморандумів про співпрацю між ДТЕУ та іншими закладами вищої освіти (наукових установах) України відповідно до законодавства.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>
Університетом укладені договори про співробітництво між ДТЕУ та іноземними закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів за Міжнародними програмами і проектами в рамках програми Еразмус+.
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>
Здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства.

3.2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код	Освітні компоненти програми	Кредити ЄКТС	Форма контролю
<i>Обов'язкові компоненти</i>			
ОК 1.	Управління бізнес-процесами в торгівлі	6	Екзамен
ОК 2.	Системи джерел торговельно-економічної інформації	6	Екзамен
ОК 3.	Торговельні мережі	6	Екзамен
ОК 4.	Оптова торгівля та дистрибуція	7,5	Екзамен
ОК 5.	Логістичний менеджмент	7,5	Екзамен
ОК 6.	Інформаційні системи в ритейлі	6	Екзамен
ОК 7.	Управління ланцюгами постачання	6	Екзамен
ОК 8.	Практична підготовка	9	Екзамен
ОК 9.	Підготовка кваліфікаційної роботи та захист	12	Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66	Захист
<i>Вибіркові компоненти</i>			
ВК 1.	Освітній компонент 1	6	Екзамен
ВК 2.	Освітній компонент 2	6	Екзамен
ВК 3.	Освітній компонент 3	6	Екзамен
ВК 4.	Освітній компонент 4	6	Екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

Здобувачі вищої освіти обирають вибіркові навчальні дисципліни через особистий кабінет порталу «MIA: Освіта». Опис навчальних дисциплін та їх пререквізити представлені в Каталозі навчальних дисциплін ДТЕУ

Структурно-логічна схема ОП



3.3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної задачі або проблеми в сфері підприємництва та торгівлі, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації.

Кваліфікаційна робота має бути виконана з дотриманням норм академічної доброчесності.

Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його підрозділу, або у репозитарії закладу вищої освіти.

**3.4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
ОБОВ'ЯЗКОВИМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
ЗК 1	+		+		+	+	+	+	+
ЗК 2	+			+	+	+	+	+	+
ЗК 3	+				+		+		+
ЗК 4		+	+	+			+	+	+
ЗК 5	+				+		+	+	+
ЗК 6	+			+	+	+	+	+	+
СК 1			+		+		+	+	+
СК 2	+	+		+				+	+
СК 3	+		+	+	+		+	+	+
СК 4	+		+		+	+	+	+	+
СК 5	+	+	+		+		+	+	+
СК 6	+	+	+	+		+		+	+
СК 7	+		+	+	+	+	+	+	+
СК 8	+	+	+	+		+		+	+

3.5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОБОВ'ЯЗКОВИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
1	+	+	+				+	+	+
2	+					+	+	+	+
3	+			+				+	+
4	+	+	+		+		+	+	+
5	+	+		+	+	+	+	+	+
6	+			+	+	+		+	+
7		+	+	+	+		+	+	+
8	+				+	+		+	+
9	+		+	+	+		+	+	+
10	+	+	+	+	+			+	+
11		+	+					+	+
12	+		+		+			+	+
13				+	+	+		+	+
14		+			+	+	+	+	+

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)

4.1. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ТОРГІВЛІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ільченко Н.Б., професор, докт. екон. наук, завідувач кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання: Формування у студентів розуміння сутності процесного підходу до управління діяльністю підприємства; засвоїти основні положення та підходи до визначення терміну бізнес-процесу як об'єкту управління; ознайомити із процесом розроблення системи бізнес-процесів в торгівлі; виявити основні правила виокремлення бізнес-процесів у торгівлі; вивчити процес регламентації бізнес-процесів підприємства; ознайомити з визначальними основами побудови бізнес-процесів у торгівлі, їх особливостями та можливостями застосування; забезпечити студентів основоположними знаннями в області теорії управління бізнес-процесами в торгівлі. Моделювання бізнес-процесів підприємства торгівлі в нотації IDEF0 та ARIS.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Статистика», «Торговельне підприємництво», «Організація торгівлі», «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка торгівлі» «Управління продажем та мерчандайзинг».

Зміст. Сутність, основні види та особливості бізнес-процесів в торгівлі. Напрямки гармонізації та інтеграції бізнес-процесів в торгівлі. Методологічні принципи, цілі та завдання аналізу бізнес-процесів в торгівлі. Інформаційне забезпечення аналізу бізнес-процесів в торгівлі. Оцінка та прогнозування економічної ефективності комерційних угод із закупівлі товарів торговельним підприємством. Методи аналізу товарного асортименту торговельного підприємства. Аналіз асортиментної політики торговельного підприємства та методичних підходів до її розробки. Аналіз та удосконалення практики оптимізації товарного асортименту торговельного підприємства. Аналіз практики формування та здійснення цінової політики торговельного підприємства. Аналіз практики розробки та здійснення стратегій продажу товарів торговельним підприємством та сервісного обслуговування покупців. Сучасні напрями та методологічні основи розвитку співробітництва торговельних підприємств та споживачів товарів. Аналіз та удосконалення практики дослідження економічної ефективності бізнес-процесів в торгівлі. Оптимізація бізнес-процесів в

торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів: підручн. С.В. Козир, В.В. Слесарєв, С.А. Ус, Т.В. Хом'як; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро: НТУ «ДП». – 2022. – 163 с.

2. Желдак Т.А. Нечіткі множини в системах управління та прийняття рішень: навч. посіб. / Т.А. Желдак, Л.С. Коряшкіна, С.А. Ус, за редакцією С.А. Ус ; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Дніпро : НТУ «ДП», 2020. – 387 с.

3. Коряшкіна Л.С. Методи оптимізації та дослідження операцій : навч. посібник. У 2-х ч. Ч. 1. Дослідження операцій / Л.С. Коряшкіна, С.А. Ус ; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». – Д. : НТУ «ДП», 2020. – 182 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання: лекції, семінарські та практичні заняття з використанням активних методів навчання, декомпозиція бізнес-процесів за допомогою *BPwin* та *ARIS*.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування, тестування, співбесіди зі студентами, перевірка розв'язання творчих завдань та ситуаційних вправ);
- підсумковий контроль – екзамен (письмовий).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.2. НАЗВА. СИСТЕМИ ДЖЕРЕЛ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Залізнюк В.П., професор, докт. з держ. управління, канд. екон. наук, професор кафедри світової економіки.

Результати навчання. Формування у студентів системи теоретичних знань та практичних умінь щодо методів роботи з інформацією торговельно-економічного характеру, здобуття навичок роботи з міжнародними базами даних (big data processing) та обробкою інформації за допомогою комп'ютерних технологій з акцентом на розвиток компетентностей, необхідних для успішного виконання професійних обов'язків.

Обов’язкові попередні навчальні дисципліни. «Міжнародна торгово-економічна інформатика», «Інформація в міжнародній торгівлі», «Економічна інформатика», «Міжнародні торговельно-економічні організації», «Міжнародні економічні відносини».

Зміст. Інформація як ключовий ресурс економічного розвитку. Інформаційна економіка та міжнародний інформаційний простір. Системи джерел інформації. Провідна роль ООН у формуванні міжнародних систем джерел інформації. Торговельно-економічна інформація міжнародних організацій. Система джерел торговельно-економічної інформації Світової організації торгівлі (СОТ). Використання інформаційних технологій в обробці даних ЮНКТАД. Інформаційний простір міжнародних організацій, що регулюють світові ринки торгівлі окремими групами товарів. Системи баз даних Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Міжнародний інформаційний простір валютно-кредитних організацій. Системи джерел інформації регіональних інтеграційних угруповань Європи. Регіональні системи джерел інформації інтеграційних угруповань Азії, Північної та Південної Америки й Африки. Роль аналітичних центрів та недержавних організацій у формуванні торговельно-економічної інформації. Ключові елементи системи торговельно-економічної інформації. Стандартизація і сертифікація товарів і послуг світової торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бобало Ю. Я. Інформаційна безпека: навч. посібник / авт. кол.: Ю. Я. Бобало, І. В. Горбатий, М. Д. Кіселичник, А. П. Бондарєв, С. С. Войтусик; за загюред. д-ра тех. наук, проф Ю. Я. Бобала. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. – 580 с.

2. Інформаційна безпека : підручник / В. В. Остроухов, М. М. Присяжнюк, О. І. Фармагей, М. М. Чеховська та ін. ; під ред. В. В. Остроухова. – К. : Видавництво Ліра-К, 2021. – 412 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Заняття проводяться у вигляді лекцій та семінарів за допомогою візуального мультимедійного супроводження. На практичних заняттях студенти матимуть змогу вирішувати комплексні задачі, працювати в командах над вирішенням ситуаційних вправ; обмінюватися знаннями у формі відкритого діалогу; працювати в програмному забезпеченні відповідного спрямування.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування за матеріалами лекції; самостійні роботи; виконання індивідуальних домашніх завдань);
- підсумковий контроль (письмовий екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. НАЗВА. ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кавун-Мошковська О.О., доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Формування у студентів системи знань про:

- сутність, класифікацію торговельних мереж, передумови їх розвитку, принципи формування та конкурентні переваги;
- типи стратегій розвитку торговельної мережі на ринку та методичні засади їх розробки;
- теоретичні засади управління функціонуванням торговельних мереж;
- сутність, класифікацію, мотиви використання власних торговельних марок;
- сутність категорійного менеджменту, основні етапи його впровадження;
- теоретичні засади управління товаропостачанням торговельної мережі;
- класифікацію франчайзингових торговельних мереж та основні етапи їх формування;
- особливості мереж торговельних центрів та їх типи, а також принципи організації ефективного функціонування;
- види добровільних об'єднань підприємств у торгівлі, особливості їх формування.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Торговельне підприємництво», «Економіка торгівлі», «Організація роздрібної торгівлі», «Організація оптової торгівлі», «Комерційна діяльність», «Менеджмент», «Маркетинг», «Логістика».

Зміст. Основні етапи формування торговельних мереж у країнах світу. Передумови розвитку торговельних мереж в Україні. Фактори, що здійснюють вплив на формування торговельних мереж в Україні. Сутність та класифікація торговельних мереж. Конкурентні переваги торговельних мереж. Методичні підходи до розробки стратегії формування торговельних мереж. Організаційні форми функціонування торговельних мереж. Орендний менеджмент у торговельній мережі. Власні торговельні марки. Категорійний менеджмент у корпоративній торговельній мережі.

Управління товаропостачанням торговельної мережі. Франчайзингові торговельні мережі. Управління взаємовідносинами між суб'єктами у франчайзинговій торговельній мережі. Торговельні центри та їх мережі. Види добровільних об'єднань у роздрібній торгівлі та принципи їх формування.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Мистецтво роздрібно́ї торгівлі : передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу : книга / Р. Геммонд ; пер. з англ. Р. Ладохіної. – Вид. 4-те. – Київ : КМ-Букс, 2019. – 416 с.

2. Торговельні мережі : підручник / О. О. Кавун-Мошковська. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. – 488 с.

3. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Проблемні лекції, практичні та семінарські заняття з вирішенням ситуаційних завдань, розв'язанням задач, підготовкою доповідей, обговоренням проектів, презентацій, проведенням дискусій.

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. НАЗВА. ОПТОВА ТОРГІВЛЯ ТА ДИСТРИБУЦІЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ільченко Н. Б., проф, докт. екон. наук, зав. кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Здобуття студентом знань з питань оптової торгівлі та дистрибуції, творче оволодіння ними та набуття навичок їх практичного використання на підприємствах торгівлі. Уміння обрати оптимального посередника на певному етапі діяльності підприємства оптової торгівлі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Організація торгівлі», «Торговельне підприємництво», «Економіка торгівлі», «Менеджмент».

Зміст. Організація оптової торгівлі як сфера економічної діяльності. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку. Суб'єкти, які здійснюють дистрибуторську діяльність. Організація дистрибуторської

діяльності на товарному ринку. Особливості організації дистрибуції сільськогосподарської продукції. Особливості дистрибуції промислової сировини. Особливості дистрибуції фармацевтичних препаратів. Особливості дистрибуції непродовольчих товарів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.

2. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст] : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2019. – 572 с.

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

- лекції (оглядова);
- практичні заняття з використанням інформаційних технологій, розробка та презентація проектів, розв’язання розрахунково-аналітичних задач;
- самостійна робота;

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування, перевірка індивідуальних завдань, вирішення ситуаційних завдань, виконання комплексної контрольної роботи);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання. Українська.

4.5. НАЗВА. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов’язкова.

Рік навчання. 2025/2026.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мильничук Т.П., канд. екон. наук, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Використання системного підходу в управлінні підприємством; розробка оптимальних організаційних структур служби логістики; організація логістики на різних за видами діяльності підприємствах; використання мотивації логістичного персоналу для зменшення загальних витрат; розробка логістичних стратегій для різних за видами діяльності підприємств; складання планів поточної та оперативної логістичної діяльності підприємства; проведення логістичного аудиту підприємства.

Обов’язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент»,

«Маркетинг», «Логістика», «Транспортно-експедиторська діяльність», «Електронна торгівля і fulfilment».

Зміст. Теоретико-методологічні засади логістичного менеджменту. Логістичний менеджмент в системі управління діяльністю підприємства. Стратегічні альтернативи логістичного менеджменту. Організаційні аспекти логістичного менеджменту. Система управління виробничим обслуговуванням продукції. Функція контролю логістичних процесів на підприємстві. Інформаційні системи логістичного менеджменту. Консультаційні послуги в управлінні логістичною діяльністю підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Логістичний менеджмент: навчально-методичний комплекс з дисципліни : навчальний посібник для студентів другого (магістерського) рівня / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: С.В.Смерічевська. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 160 с.

2. Михаліцька Н. Я., Верескля М. Р. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції (тематичні та проблемні), семінарські та практичні заняття (з використанням інформаційних технологій, аналітично – розрахункових, творчих та ситуаційних завдань).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, індивідуальні самостійні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен)

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. НАЗВА. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ В РИТЕЙЛІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дивак В.В., доцент, канд. пед. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних систем.

Результати навчання. Мати системний науковий світогляд, передові концептуальні та методологічні знання з підприємництва, торгівлі, біржової діяльності. Визначати закономірності й тенденції розвитку підприємств торгівлі, обґрунтовувати управлінські рішення для

підвищення ефективності їх діяльності. Обирати інноваційні напрями, застосовувати сучасні методи й моделі для вирішення актуальних проблем в сфері підприємництва, торгівлі, біржової діяльності. Використовувати інноваційні підходи для вирішення проблемних питань щодо асортименту, якості та безпечності продукції, здійснювати реєстрацію прав інтелектуальної власності, впровадження та комерціалізацію результатів досліджень. Досліджувати глобальні, регіональні ринки, закономірності та тенденції розвитку підприємництва і торгівлі, удосконалювати методи управління.

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

Зміст. Поняття та опис використання інформаційних систем в галузі торгівлі. Концепція використання інформаційних систем в галузі торгівлі. Характеристика сучасних інформаційних систем обліку. Інформаційні системи в роздрібній торгівлі та дистрибуції. Автоматизація обліку торгових операцій на прикладі інформаційних облікових систем лінійки «1С:Підприємство Роздріб 8», «Бест-5», «ПАРУС», «Галактика». Автоматизація обліку торгових операцій на прикладі інформаційної облікової системи «BAS Роздрібна торгівля». Автоматизація обліку торгових операцій на прикладі інформаційних облікових систем: «SpaceMan», «Smart draw», «Apollo», «Retail FOCUS», «Nexgen rog». Автоматизація адміністрування користувачів на прикладі інформаційних облікових систем «1С:Підприємство Роздріб 8», «ПАРУС», «BAS Роздрібна торгівля». Автоматизація обліку операцій з грошовими коштами на прикладі інформаційних облікових систем «1С:Підприємство Роздріб 8», «ПАРУС», «BAS Роздрібна торгівля». Автоматизація обліку завершення періоду та формування регламентованої звітності на прикладі інформаційних облікових систем «1С:Підприємство Роздріб 8», «ПАРУС», «BAS Роздрібна торгівля».

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бутенко Т. А., Сирий В. М. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2020. 207 с.
2. Морзе Н.В. Інформаційні системи. Навч. посібн. /за наук. ред. Н. В. Морзе; Морзе Н.В., Піх О.З. – Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ», – 2021.–384 с.
3. Бутенко Т.А., Сирий В.М. Економічна інформатика : навч. посіб. для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти – Харк. держ. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х.: 2020.– 188 с.

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

інноваційних технологій: лекції (тематичні); практичні заняття (з використанням засобів обчислювальної техніки).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кочубей Д.В., канд. екон. наук, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Знання сучасних концепцій і технологій, які використовуються при організації процесу управління ланцюгами поставок; оволодіння основними навичками в галузі стратегічного планування, організації та управління ланцюгами поставок; вміння: приймати рішення в управлінні ланцюгами поставок; розвивати практичні навички з проектування ланцюгів поставок; координувати взаємовідносини між учасниками ланцюга поставок; оцінювати економічну ефективність функціонування ланцюга поставок; здійснювати інформаційну підтримку в управлінні ланцюгами поставок.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Логістика», «Інформаційні системи та технології в логістиці», «Проектування логістичних систем», «Логістичний менеджмент».

Зміст. Сутність, значення та ефективність управління ланцюгами постачання. Проектування ланцюгів постачання. Управлінські рішення в ланцюгах постачання. Управління ризиками та забезпечення надійності функціонування ланцюгів постачання. Управління бізнес-процесами у ланцюгах постачання. Розробка та реалізація логістичних стратегій в ланцюгах постачання. Інтеграція і співпраця у ланцюгах постачання. Інформаційні технології управління ланцюгом постачання. Економічні аспекти управління ланцюгами постачання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Крикавський, Є. В. Логістика та управління ланцюгами поставок : підручник / Є. В. Крикавський, О. А. Похильченко, М. Фертч . — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2020 . — 848 с.

2. Буркинський Б.В., Нікішина О.В, Лисюк М.Л. Методологічні засади формування ефективної логістики товарних ринків : монографія;

Національна академія наук України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. - Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2020. - 199 с.

3. Негода, Анна Вікторівна, автор. Міжнародна логістика у схемах : навчальний посібник / А.В. Негода ; Міністерство освіти і науки України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. - Київ : ВПЦ "Київський університет", 2020. - 191 с.

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

Методи оцінювання.

- поточний контроль (опитування, тестування, індивідуальні самостійні роботи);
- підсумковий контроль (екзамен)

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. НАЗВА. БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026; 2026/2027.

Семестр. I – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ягельська К.Ю., професор, докт. екон. наук, професор кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та розуміння: сутності, типів, принципів, суб'єктів та рівнів управління в бренд-менеджменті; сутності, типів та функцій бренда; основних елементів та етапів формування бренда; основних характеристик бренда; необхідності використання моделей для формування бренда; сутності архітектури бренда та етапів її формування; підходів до поняття системи управління розвитком бренда; структури, основних функцій та інструментів системи управління розвитком бренда; необхідності та специфіки формування корпоративного бренд-менеджменту; ролі та особливостей використання основних та синтетичних засобів маркетингових комунікацій у системі бренд-менеджменту.

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

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. Бренд-менеджмент : Начально-методичний комплекс дисципліни [Електронний ресурс] : навч. посіб. для здобувачів освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл : 17,1 Mb). - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 114 с.

2. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі : навчальний посібник / упорядник О. М. Марченко. - Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. - 268 с.

3. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд менеджмент : навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.

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

- лекції (оглядова/тематична);
- практичні заняття (презентація, дискусія, комунікативний метод, моделювання ситуацій, метод кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого есе, презентації, проекту, ситуаційні завдання, захист проєктів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. НАЗВА. КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026; 2026/2027.

Семестр. I – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Нечипорук А. В., доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання: отримання теоретичних знань щодо: загальних принципів комерційної логістики; закономірностей інтегрованого управління матеріальними, інформаційними, фінансовими та іншими потоками урахуванням специфіки логістичної діяльності торговельних підприємств; механізму створення та функціонування логістичних систем; методів оптимального управління логістичними процесами. Володіння практичними навичками щодо: використання логістичних концепцій; ефективного управління матеріальними, інформаційними, фінансовими потоками; визначення загальних витрат у логістичному ланцюгу; моделювання оптимальної логістичної системи; визначення оптимального рівня логістичного сервісу.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Операційний менеджмент», «Логістика».

Зміст. Комерційна логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності. Організація логістики на підприємстві. Види логістичних стратегій. Досвід зарубіжних країн у застосуванні комерційної логістики. Логістичні рішення в обслуговуванні споживачів. Характеристика витрат логістичного обслуговування споживача. Елементи та критерії обслуговування споживача. Аутсорсинг у комерційній логістиці. Сучасні провайдери логістичних послуг. Оптимізація закупівельних рішень в логістичній системі. Основні логістичні системи управління запасами. Основні показники стану запасів на підприємстві. Сучасна комп'ютерна технологія управління товарними запасами в логістичних системах. Організація транспортування в комерційній логістиці. Документальне супроводження вантажоперевезень торговельних підприємств. Планування маршрутів перевезення вантажів. Маршрутизація перевезень та розробка графіка доставки товарів. Логістичні рішення щодо зберігання товарів на складах. Основні

показники роботи складу торговельного підприємства. Принципи та технології організації складування товарів. Логістика дистрибуції товарів. Координація та інтеграція дій логістичних посередників. Об'єкти логістичних рішень у дистрибуції товарів. Логістичні інформаційні системи.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси та засоби.

1. Комерційна логістика: навчальний посібник / Льовкін Г.Г. – Київ: «Директ-Медіа», 2020 – 205 с.

2. Логістика та управління ланцюгами поставок: підручник / Є. Крикавський, О. Похильченко, М. Фертч – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. – 848 с.

3. Міжнародна логістика та глобальні ланцюги постачань: навчальний посібник у схемах / Негода А., Русак Д. – К., 2023. – 268 с.

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

Методи оцінювання:

- поточний контроль: усне та письмове опитування, тестування, співбесіди, контроль розв'язання творчих задач та ситуаційних вправ;
- підсумковий контроль: екзамен письмовий.

Мова навчання. Українська.

4.10. НАЗВА. МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026; 2026/2027.

Семестр. I – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Новак О. В., доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри світової економіки.

Результати навчання. Формування у студентів системи теоретичних знань про класифікацію, зміст, особливості організації та здійснення міжнародної торгівлі товарами та послугами, а також придбання навичок їх практичного використання з урахуванням сучасних ринкових вимог.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Міжнародні економічні відносини», «Просторова економіка», «Економічна теорія».

Зміст. Поняття та сутність міжнародної торгівлі. Передумови, мотиви та чинники розвитку міжнародної торгівлі. Періодизація розвитку міжнародної торгівлі. Види та форми міжнародної торгівлі товарами.

Методи та засоби організації міжнародної торгівлі товарами. Структура міжнародної торгівлі товарами та послугами. Статистика міжнародної торгівлі товарами та послугами. Показники розвитку міжнародної торгівлі. Емпіричний аналіз стану міжнародної торгівлі. Прогнозування розвитку міжнародної торгівлі. Теорії міжнародної торгівлі та їх роль у поясненні причин та наслідків розвитку міжнародної торгівлі. Класичні теорії розвитку міжнародної торгівлі. Неокласичні теорії розвитку міжнародної торгівлі. Розвиток класичних та неокласичних теорій міжнародної торгівлі. Альтернативні теорії розвитку міжнародної торгівлі. Розвиток міжнародної торгівлі в теорії загальної рівноваги. Умови торгівлі та наслідки їх зміни в моделі загальної рівноваги. Теорії впливу технічного прогресу на міжнародну торгівлю. Регулювання міжнародної торгівлі та її відображення у торговельній політиці країни. Методи та засоби реалізації торговельної політики країни. Система регулювання міжнародної торгівлі. Економічна роль та механізм митно- тарифного регулювання міжнародної торгівлі. Економічна роль та механізм нетарифного регулювання міжнародної торгівлі. Теоретична аргументація застосування інструментів регулювання міжнародної торгівлі за умов досконалої конкуренції на ринку. Особливість застосування інструментів регулювання міжнародної торгівлі за умов цінової дискримінації на ринку. Особливість застосування інструментів регулювання міжнародної торгівлі за умов недосконалої конкуренції на ринках

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Міжнародна торгівля: навчальний посібник / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К.О. Кузнєцова, В.В. Чорній, О.С. Ченуша. – Електронні текстові дані. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 191 с.

2. Дергачова В.В., Кузнєцова К.О., Манаєнко І.М. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2020. 424 с.

3. Міжнародні відносини та зовнішня політика України : підручник / [Ю. В. Пунда, І. П. Козинець, В. С. Клименко та ін.]. – К. : НУОУ ім. Івана Черняхівського, 2020. – 328 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Тематичні та проблемні лекції, практичні заняття у формі дискусії, презентації проєктів у малих групах, тестування в лабораторії дистанційного навчання тощо.

Методи оцінювання.

- поточний контроль, письмовий, тестовий, графічний, програмований контроль, практична перевірка, методи самоконтролю і самооцінки.
- підсумковий контроль екзамен (письмовий).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. НАЗВА. МІЖНАРОДНЕ ТОРГОВЕ ПРАВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026; 2026/2027.

Семестр. I – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Коренюк О.О., канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права, заст. декана ФМТП.

Результати навчання. Формування у студентів комплексної системи знань з міжнародного торговельного права. Засвоєння студентами спеціальних правових знань у сфері правового регулювання міжнародної торгівлі, невід’ємно пов’язаних з їх професійною підготовкою, буде сприяти формуванню правничого світогляду, юридичного мислення, здатності аналізувати і визначати способи вирішення проблем міжнародного торговельного права.

Обов’язкові попередні навчальні дисципліни. «Цивільне право», «Цивільний процес», «Господарське право», «Міжнародне приватне право», «Міжнародне публічне право», «Право Європейського Союзу».

Зміст. Поняття та джерела міжнародного торговельного права. ГАТТ / СОТ у міжнародній торгівлі. Регіональні інтеграційні об’єднання. Зона вільної торгівлі Україна–ЄС. Міжнародний валютний фонд та Група Світового Банку у регулюванні міжнародної торгівлі. Міжнародні комерційні договори (контракти) та право, що до них застосовується. Правові засади розрахунків у міжнародному торговому праві. Відповідальність у міжнародному торговому праві. Захист прав і законних інтересів суб’єктів міжнародного торговельного права

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Мирошніченко В.О. Міжнародне торгове право у схемах, таблицях і визначеннях: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 142 с.

2. Корпоративна безпека: практичний посібник / Ю. І. Когут. – Київ : Консалтингова компанія «СІДКОН», 2021. – 460 с.

1. **Заплановані навчальні заходи та методи викладання.** Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові), семінарські/ практичні заняття (тренінг/ презентація/ дискусія/ комунікативний метод/

робота в малих групах).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. НАЗВА. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026; 2026/2027.

Семестр. I – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ягельська К.Ю., професор, докт. екон. наук, професор кафедри маркетингу.

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

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

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

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Стратегічний маркетинг : підручник / О. І. Лабурцева, Л. К. Яцишина, О. С. Бондаренко, Т. М. Янковець; за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 248 с.

2. Стратегічний маркетинг : електронний навчальний посібник для студентів спеціальності 075 МАРКЕТИНГ, ступеня вищої освіти магістр / Ю.Т. Процишин – Тернопіль: ЗУНУ, 2022 – 146 с.

3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.посіб .

– Дніпро: Видавець ., 2019 - 240 с.

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

- лекції (тематична / проблемна, лекція-конференція);
- практичні заняття (тренінг, презентація / виконання ситуаційних вправ, творчі індивідуальні завдання, індивідуальні / колективні творчі завдання до самостійної роботи студентів, задачі, кейс-стаді, ділові ігри).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

4.13. НАЗВА. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2025/2026; 2026/2027.

Семестр. I – III.

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

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

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

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

споживачів. Гейміфікація програм лояльності. Маркетингові комунікаційні стратегії управління лояльністю споживачів.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Виноградова О.В., Писар Н.Б. Управління лояльністю споживачів. Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2021. – 154 с.

2. Клієнтоорієнтований менеджмент: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти / укладачі: Д. Т. Бікулов, О. О. Головань, С. В. Маркова, О.М. Олійник, А. С. Чкан. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 90 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, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод Кейс-стаді, модерація, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

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

Мова навчання та викладання. Українська.

ЗМІСТ

Вступ

1. Загальна інформація про університет

- 1.1. Назва та адреса
- 1.2. Опис закладу (тип і статус)
- 1.3. Адміністрація університету
- 1.4. Академічний календар
- 1.5. Перелік освітніх програм
- 1.6. Вимоги щодо умов прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації
- 1.7. Кредитна мобільність та попереднє навчання (неформальне та інформальне)
- 1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка)
- 1.9. Механізми академічного управління

2. Загальна інформація для студентів

- 2.1. Відділ обліку студентів
- 2.2. Умови проживання
- 2.3. Харчування
- 2.4. Вартість проживання
- 2.5. Фінансова підтримка для студентів
 - 2.5.1. Стипендіальне забезпечення студентів
 - 2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках
 - 2.5.3. Фінансове забезпечення студентів з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування
- 2.6. Медичні послуги
- 2.7. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами
- 2.8. Навчальне обладнання
- 2.9. Бібліотека
- 2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами
- 2.11. Заклади вищої освіти-партнери університету
- 2.12. Програми англійською мовою викладання
- 2.13. Мовні курси
- 2.14. Можливості для практичної підготовки
- 2.15. Дуальна форма освіти
- 2.16. Умови для творчого розвитку, занять спортом і відпочинку
- 2.17. Студентські організації

3. Освітня програма

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни)