

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від «27» травня 2016р. №11
Голова Вченої ради

М.Є.Скиба
Ініціали, прізвище



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

підготовки Магістра
Осьвітній ступінь

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ **Управління та адміністрування (07)**
Назва і шифр галузі знань

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ **Маркетинг (075)**
Назва і шифр спеціальності

ВНЕСЕНО

Кафедра Маркетингу і товарознавства
Протокол від «07» квітня 2016р. №9

Зав. кафедри С.В. Ковальчук
Ініціали, прізвище

ПОГОДЖЕНО

Вчена рада факультету Економіки і управління
Протокол від «27» квітня 2016р. №9

Голова вченої ради М.І. Бондаренко
Ініціали, прізвище

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказ ректора від «30» травня 2016р. №87

ВВЕДЕНО У ДІЮ З «01» вересня 2016р.
Навчально-методичний відділ

Завідувач Л.С. Любохинець
Ініціали, прізвище

ПРОЕКТНА ГРУПА

Керівник (гарант)
Доктор економічних наук, професор

С.В. Ковальчук

Члени групи
Доктор економічних наук, професор

О.О. Орлов

Кандидат економічних наук, доцент

Є.М. Забурмеха

Кандидат економічних наук, доцент

В.М. Нянъко

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Магістр з маркетингу

ОБОВ'ЯЗКОВИЙ БЛОК

<i>Тип диплому та обсяг програми</i>	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС
<i>Вищий навчальний заклад</i>	Хмельницький національний університет
<i>Акредитаційна інституція</i>	Акредитаційна комісія України
<i>Термін акредитації</i>	рік
<i>Рівень програми</i>	НРК – 7 рівень, FQ-ЕНЕА – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
A	Мета (цилі) освітньої програми: підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних маркетингових аналітиків, здатних здійснювати аналітичні дослідження і прогнозувати розвиток економічної, ринкової, соціально-політичної та інших сфер суспільства, а також легко адаптуватися до нових видів та форм занятості в економіці в умовах швидких темпів розвитку світової спільноти та глобалізації світу.
B	Характеристика програми
1	Назва галузі знань та напряму підготовки
2	Фокус програми
3	Орієнтація програми
4	Особливості програми
C	Складові професійної компетентності
У	Управлінська – здатність і готовність здійснювати управління (спрямування) ринковими та економічними процесами, а також процесами збору, аналізу та поширення інформації стосовно діяльності підприємства.
ДО	Дослідницька – здатність і готовність аналізувати та оцінювати стан і розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики.
П	Проектувальна – здатність і готовність розробляти моделі та готовувати аналітичні звіти про сучасний стан та розвиток міжнародних відносин, розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики.
О	Організаційна – здатність і готовність розробляти системи заходів для забезпечення належного рівня маркетингової, економічної та технологічної діяльності господарюючих суб’єктів та контролюючих органів.
К	Контрольна – здатність і готовність здійснювати перевірку відповідності фактичного стану справ нормативним показникам, а також розробляти рекомендації щодо його покращення.
Д	Діагностична – володіння теорією та методологією (принципами і методами) розпізнавання проблеми, виявлення характерних ознак ситуації; застосування цих методів та принципів, аналіз соціально-економічних та ринкових об’єктів, процесів, ситуацій, проблем, випадків, що розпізнають деформації та встановлюють їх причини.
ІА	Інформаційно-аналітична – здатність побудувати ефективну систему інформаційних ресурсів, необхідну для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень; здатність визначати певний інформаційний ресурс у межах оперативного та стратегічного управління організацією; аналітичну здатність оперативно аналітично оцінювати ринкові стани; формування умінь на основі отриманої інформації формулювати

	комплексні аналітичні висновки; здатність інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і використовувати отриману інформацію в контексті управлінського завдання або проблеми, що вирішується.
КФ	Конфліктологічна – здатність до розпізнавання ознак конфлікту і навички організації взаємодії його учасників для утримання протиріччя в руслі продуктивного вирішення; вміння проектувати конфлікти, необхідні для досягнення результатів, а також створювати їх у ситуаціях професійної взаємодії; відповідні спеціальні знання та вміння, навички управління конфліктними явищами й усунення негативних наслідків конфліктів.
ПР	Правова – здатність складати дипломатичні документи, проекти угоди, контракти, програми заходів; уміння з правових позицій оцінювати суспільні події, використовувати у своїй роботі чинні міжнародні нормативно-правові акти.
D	Результати навчання
РН. У1	Володіння навичками оперативного прийняття рішень у галузі маркетингу;
РН. У2	Уміння здійснювати розпорядництво матеріалами та ресурсами підприємства з метою забезпечення ефективної роботи в галузі маркетингу.
РН. У3	Володіння навичками здійснення управлінського впливу на маркетингові процеси та об'єкти.
РН. ДО1	Володіння методами та інструментами проведення маркетингових досліджень;
РН. ДО2	Уміння інтерпретувати та критично оцінювати результати досліджень з метою прийняття оптимальних управлінських рішень в подальшому.
РН. П1	Уміння прогнозувати соціально-економічні стани ринку;
РН. П2	Володіння навичками розробки маркетингових проектів, підготовки аналітичних звітів про сучасний стан та розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики.
РН. О1	Уміння планувати та структурувати заходи у межах професійної діяльності;
РН. О2	Володіння навичками розподілу завдань та закріplення відповідальності, стимулювання діяльності та контролю у межах маркетингової діяльності;
РН. К1	Володіння методами та навичками здійснення ефективного контролю маркетингової та інших видів професійної діяльності;
РН. К2	Уміння розробляти рекомендації ефективного усунення недоліків у маркетинговій роботі.
РН. Д1	Володіння теорією та методологією (принципами і методами) розпізнавання проблеми у галузі маркетингової діяльності;
РН. Д2	Уміння застосовувати принципи та методи визначення проблем і їх причин, а також встановлювати причинно-наслідкові зв'язки в організації маркетингової діяльності.
РН. ІА1	Уміння побудувати ефективну систему інформаційних ресурсів, необхідну для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень;
РН. ІА2	Уміння оперативно аналітично оцінювати ринкові стани;
РН. ІА3	Уміння інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і використовувати отриману інформацію в контексті управлінського завдання або проблеми, що вирішується.
РН. КФ1	Уміння розпізнавати конфлікти та утримувати їх в руслі продуктивного вирішення проблеми;
РН. КФ2	Уміння проектувати конфлікти, необхідні для досягнення результатів, а також створювати їх у ситуаціях професійної взаємодії.
РН. ПР1	Уміння складати дипломатичні документи, проекти угоди, контракти, програми заходів;
РН. ПР2	Уміння з правових позицій оцінювати суспільні події, використовувати у своїй роботі чинні міжнародні нормативно-правові акти.

E Перелік навчальних дисциплін та їх анотації ** (додаток 1)				
П'ятий рік		Кредити ЕКТС	Семестр	
Обов'язкова частина				
O1	Методологія і організація наукових досліджень	5	10	
O2	Фінансовий менеджмент	4	9	
O3	Рекламний менеджмент	4	9	
O4	Маркетинговий менеджмент	4	9	
O5	Менеджмент он-лайн продаж	4	9	
O6	Стратегічний маркетинг	5	10	
O7	Маркетинг інновацій	4	10	
Вибіркова частина				
B1	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4	9-10	
B2	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг	4	10	
B3	Маркетингова політика розподілу	5	10	
B4	Глобальна економіка	4	10	
B5	Філософські проблеми наукового пізнання	4	10	
B6	Договірне право	4	10	
B7	Електронна комерція	5	9	
B8	Інформаційні джерела та технології в науковій діяльності	5	9	
B9	Прикладна економетрика	5	9	
B10	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	9	
B11	Соціальна відповідальність	4	9	
B12	Управління продажами	4	9	
B13	Організація захисту прав споживачів	5	10	
B14	Маркетинг персоналу	4	9	
B15	Конкурентоспроможність підприємства	4	9	
B16	Міжнародний менеджмент	4	9	
B17	Управління вартістю підприємства	5	10	
Шостий рік				
Обов'язкові дисципліни				
O8	Переддипломна практика	15	11	
O9	Дипломна робота	15	11	

F	Матриця зв'язків між навчальними дисциплінами (модулями) результатами навчання (компетентностями)
	Матриця зв'язків подається в окремій таблиці (додаток 2)
G	Форми організації та технології навчання
	<ul style="list-style-type: none"> - організаційні форми: <i>колективне та інтегративне навчання тощо</i> - технології навчання: пасивні (<i>пояснюально-ілюстративні</i>); активні (<i>проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні саморозsvиваючі, позиційне та контекстне навчання, технологія співпраці</i>) тощо
H	Форми та методи оцінювання результатів навчання
	<ul style="list-style-type: none"> - види контролю: поточний, тематичний, періодичний, підсумковий, самоконтроль - форми контролю: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист лабораторних та індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, підсумкова атестація (підсумковий контрольний захід), державна атестація - <i>оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибалльною шкалою</i> - («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною – («зараховано», «незараховано»)
РЕКОМЕНДОВАНИЙ БЛОК	
J	Вимоги до вступу та продовження навчання
	<p>Диплом бакалавра зі спеціальності «Маркетинг»</p> <p>Вступні іспити з фаху та іноземної мови</p> <p>Решта вимог визначаються правилами прийому на освітньо-професійну програму магістра</p>
	Вимоги до вступників <ul style="list-style-type: none"> • Високі навчальні досягнення (загальний рейтинг абітурієнта) • Інтерес до економічних подій та технологій • Бажання отримати високий рівень професійної підготовки • Готовність розвивати уміння аналізувати проблеми у галузі організації торгівлі та посередництва • Здатність бути успішним в умовах конкурентного середовища • Інтерес до професійної та ділової кар'єри у сфері професійної діяльності
K	Підтримка студентів (система тьюторства, гранти тощо)
	Система кураторства академічних груп, міжнародні програми мовної та практичної підготовки, програми обміну та академічної мобільності студентів
L	Соціально-економічне та інформаційно-технологічне забезпечення освітнього процесу
	Стипендіальне забезпечення, забезпечення гуртожитком, соціальна інфраструктура університету, надання консультацій щодо працевлаштування, допомога у вирішенні проблемних ситуацій
	Підтримка студентів з особливими потребами, медичні та консультаційні послуги, профорієнтаційні послуги
	Інформаційний пакет спеціальності
	<p>Бібліотека:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознайомлення з правилами користування бібліотекою, використання онлайн-ресурсів та баз даних; • інформаційне забезпечення студентів, які працюють над проектами та дослідженнями • консультування працівниками бібліотеки
	<p>Навчальні ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> • довгострокові і короткострокові позики книг, доступ до онлайн-ресурсів, міжбібліотечні позики, відеотека; • продовження терміну позики та бронювання книг онлайн; • доступ до електронних журналів; • доступ до електронних бібліотечних ресурсів світу; • доступ до електронного навчального середовища Moodle; • технологічне і матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу

	Академічна підтримка – консультації з вибору програми, окремих вибіркових дисциплін, проектування індивідуальних навчальних траєкторій			
	Персональне консультування			
M	Працевлаштування та продовження освіти			
1	Працевлаштування	<ul style="list-style-type: none"> - Аналітик консолідований ринкової та економічної інформації. - Ринковий експерт. - Бізнес-аналітик підприємницьких та посередницьких структур, фінансових установ, урядових організацій та фіскальних служб. - PR-менеджер. - Керівник маркетингової служби підприємства, служби збуту та постачання. - Керівник комерційного та некомерційного підприємства. - Керівник консалтингової фірми. - Керівник рекламної агенції. 		
2	Продовження освіти	Навчання за програмами: 8 рівня НРК, третього циклу FQ-ЕНЕА та 8 рівня EQF-LLL		
N	Механізм внутрішнього забезпечення якості вищої освіти			
Моніторинг та оцінювання якості викладання, навчання, системи оцінювання навчальних досягнень, навчальних планів та освітніх стандартів				
<ul style="list-style-type: none"> • анкетування студентів щодо якості навчальних дисциплін • щорічні звіти з моніторингу (включаючи огляди навчальних досягнень студентів) • періодичне оновлення освітньої програми • програма підвищення кваліфікації професорсько-викладацького складу • щорічне рейтингове оцінювання професорсько-викладацького складу • періодичні аудиторські перевірки університету Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти • постійний моніторинг прогресу студентів • перевірка процесу проведення підсумкового контролю спеціальними комісіями • повторне оцінювання щонайменше 80 відсотків робіт • моніторинг статистики працевлаштування випускників 				
Комісії, відповідальні за моніторинг та оцінювання якості навчання:				
<ul style="list-style-type: none"> • Комісія методичної ради факультету з питань якості освітнього процесу • Постійна комісія Вченої ради університету із забезпечення якості вищої освіти • Галузева експертна рада Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти 				
Забезпечення зворотного зв'язку студентів щодо якості викладання та їх навчального досвіду				
<ul style="list-style-type: none"> • відповідальні особи кафедр по роботі з випускниками • оцінювання якості викладання навчальних дисциплін студентами • вихідне анкетування щодо якості програми • неформальні зустрічі та соціальні контакти зі студентами • участь студентів у проектуванні змісту освітніх програм 				
Пріоритети підвищення кваліфікації викладацького складу				
<ul style="list-style-type: none"> • використання результатів наукових досліджень у навчальному процесі • стажування за кордоном та співпраця із зарубіжними вищими навчальними закладами • система рейтингового оцінювання професорсько-викладацького складу • участь у міжнародних методичних і наукових семінарах, конференціях, симпозіумах • висвітлення наукових і методичних результатів та досягнень у фахових міжнародних наукометрических виданнях • навчання в аспірантурі та докторантурі • відповідність рівня кваліфікації кандидатів на посади викладачів посадовим вимогам • установлення мінімальних вимог до наукових здобутків кандидатів на посади викладачів • наставництво молодих викладачів та викладачів-стажерів 				
P	Індикатори якості освітньої програми			

- показник відсіву (відрахування) студентів за період навчання за програмою
- відгуки незалежних внутрішніх і зовнішніх експертів щодо якості програми
- рівень сформованості професійних компетенцій і важливих якостей особистості
- показник працевлаштування випускників за фахом
- акредитація освітньої програми незалежною міжнародною агенцією

При створенні цієї програми були використані такі джерела:

- Закон України «Про вищу освіту» та інші нормативно-правові документи України в галузі вищої освіти
- Міжнародні документи, освітні програми зарубіжних університетів
- Стандартизовані описи предметних галузей вищої освіти у сфері товарознавства, торгівлі та посередницької діяльності
- Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації Академії педагогічних наук України / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К.: ДП “НВЦ “Пріоритети”, 2014. – 108 с.
- Концепція і стратегія розвитку Хмельницького національного університету

Примітка: *згідно з Переліком галузей знань та спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти (постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.15 №266).

** Анотації дисциплін наведені в Інформаційному пакеті спеціальності.

Анотації дисциплін освітньо-кваліфікаційного рівня “Магістр”**Галузь знань – 07 Управління та адміністрування****Спеціальність – 075 Маркетинг****ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА****Дисципліни гуманітарної та соціально-економічної підготовки (МОГ)****МОГ01М132**

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Методологія і організація наукових досліджень

Обов'язкова

Гуманітарної та соціально-економічної підготовки

Українська

5 курс

10

5,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: обирати методологічну основу дослідження вибирати та формулювати проблему дослідження; визначати об'єкт, предмет, мету, та завдання дослідження; формулювати і перевіряти наукові гіпотези; шукати необхідну наукову інформацію; реферувати літературні джерела; брати участь в науковій дискусії; збирати емпіричні дані; відбирати необхідний математичний інструментарій та проводити статистичну обробку та інтерпретацію даних;

володіти: основними науково-методологічними підходами щодо здійснення наукових досліджень; методами здійснення наукових досліджень; правилами складання бібліографічного опису для списків використаних в ході дослідження літературних джерел; правилами підготовки наукових публікацій; основними правилами здійснення аргументації в наукових дослідженнях та дискусіях; основними підходами щодо статистичної обробки даних; основними підходами щодо збору та опрацювання експертних даних.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: переддипломна практика, дипломне проектування.

Зміст навчальної дисципліни. Наука й наукові дослідження в сучасному світі. Методологія і методи наукових досліджень. Технологія наукових досліджень. Інформаційне забезпечення науково-дослідної діяльності. Написання наукових публікацій. Побудова аргументації в науковому дослідженні. Статистична обробка даних. Методологія інтегрального оцінювання латентної якості. Опрацювання експертних даних.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичні заняття 36 год., самостійна робота 96 год., разом 150 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, підготовка тез доповіді, підготовка наукової публікації.

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література.

1. Основи методології та організації наукових досліджень: навчальний посібник для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнтів / за ред. А. Є. Конверського. – К.: Центр учебової літератури, 2010. – 352 с.

2. Пістунов І. М. Основи наукових досліджень / І. М. Пістунов. – Дніпропетровськ, 2007. – 79 с.

3. Букач М. М. Основи наукових досліджень у соціальній роботі : навчальний посібник / М. М. Букач, Т.С. Попова, Н.В. Клименюк; за ред. М. М. Букача. – Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 2009. – 284 с.

4. Крушельницька О. В. Методологія та організація наукових досліджень: Навчальний посібник / О. В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2006. – 206 с.

5. Григорук П. М. Аналіз даних маркетингових досліджень : монографія / П. М. Григорук. – К.: Кафедра, 2012. – 428 с.

6. Правила бібліографічного опису видань для списків літератури дисертаційних досліджень [Електронний ресурс] / Л. П. Одинока, С. С. Артамонова, А. А. Майстренко, Р. В. Романовський. – Режим доступу: http://www.archives.gov.ua/Publicat/AU/AU_3_4_2010/31.pdf

Викладач: докт. екон. наук, проф. Григорук П.М.

Дисципліни професійної та практичної підготовки (МОП)

МОП01М142

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семestr

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Фінансовий менеджмент

Обов'язкова

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

9

4,0

денна, заочна

Результати навчання:

уміти: здійснювати пошук та обробку інформації для забезпечення аналізу і прийняття ефективних фінансових рішень; використовувати фінансові методи та інструменти при обґрунтуванні управлінських рішень в сфері фінансового управління; застосовувати основні методи аналізу та планування активів підприємства; методи аналізу капіталу; оцінювати фінансові ризики, обґрунтовувати методи їх нейтралізації та зовнішнього страхування, оцінювати вірогідність банкрутства та виявiti шляхи і механізми його запобігання

володіти: технологією та методикою управління фінансовими ресурсами підприємства в межах посадових обов'язків фінансових менеджерів.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, рекламний менеджмент, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу.

Зміст навчальної дисципліни. Теоретико-методологічні засади фінансового менеджменту. Фінансова звітність як інформаційна основа фінансового менеджменту. Прийняття стратегічних рішень з фінансового менеджменту. Управління фінансовими аспектами операційної діяльності. Управління обіговими коштами. Управління розподілом прибутку, дивідендна політика. Фінансове управління в умовах кризи.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичних занять 17 год., самостійної роботи 86 год., разом 120 год.

Методи викладання: словесні, практичні, наочні.

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестовий контроль, виконання індивідуального завдання, самоконтроль

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література

1. Рясних Є.Г. Основи фінансового менеджменту : навчальний посібник / Є.Г. Рясних. - Хмельницький.- К. : "Академвидав", 2010. - 336 с.

2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента : учебное пособие / И.Т. Балабанов – 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2001. - 528 с.

3. Крайник О.П. Фінансовий менеджмент. Навчальний посібник. / О.П. Крайник, З.В. Клепикова – Київ: “Дакор”, 2000. – 260 с.

Викладач: канд. екон. наук, проф. Рясних Є.Г., канд. екон. наук, доц. Савченко О.В.

МОП02М44

Тип дисципліни

Цикл

Мова викладання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Рекламний менеджмент

Обов'язкова

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

9

4,0

денна, заочна

Результати навчання:

уміти: застосовувати методологічні основи проведення рекламного дослідження ринку; використовувати методи і ознаки сегментування ринку на основі попередньо проведених маркетингових досліджень, методи і алгоритми збору рекламиної інформації; застосовувати алгоритм організації рекламного менеджменту на підприємстві; використовувати методи і засоби рекламного впливу підприємства на цільові ринки;

володіти: суттю рекламного менеджменту, його напрямками та принципами організації; методологічними основами проведення рекламного дослідження ринку; методами і ознаками сегментування ринку на основі попередньо проведених маркетингових досліджень, методами і алгоритмами збору рекламиної інформації; алгоритмом організації рекламного менеджменту на підприємстві; методами і засобами рекламного впливу підприємства на цільові ринки; організовувати та проводити рекламну кампанію на підприємстві.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність рекламного менеджменту, Основні класифікаційні ознаки реклами, Механізм дії реклами, Механізм дії реклами, Організація і структура рекламного процесу, Рекламне дослідження ринку, Психологічні основи рекламного менеджменту, Планування рекламиної діяльності рекламодавця, Організація роботи реклами, Позиціювання і визначення цілей реклами, Корпоративна реклама, Класична реклама, Рекламні агентства і планування рекламних кампаній, Розроблення плану використання ЗМІ, Медіа-планування, Планування і контроль результатів рекламиної діяльності.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичні заняття 34 год., самостійна робота 69 год., разом 120 год.

Методи викладання словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні заняття (розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, контрольна робота, захист реферату.

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література

1. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / Т.І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 1998. – 276 с.

2. Джердкінс Ф. Реклама: Практ. посіб.: Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. К.: Т-во “Знання”, КОО, 2001. – 456 с.

3. Рекламний менеджмент. Методичні вказівки до виконання контрольної роботи для студентів заочної форми навчання / Р.В. Бойко. – Хмельницький, ХНУ, 2009. – 223 с.

Викладач: канд. екон. наук, доц. Бойко Р.В.

МОП03М144

Тип дисципліни
Цикл

Мова викладання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Маркетинговий менеджмент

Обов'язкова
Професійної та практичної
підготовки
Українська
5 курс
9
4,0
денна, заочна

Результати навчання:

уміти: визначати суть маркетингового менеджменту; організовувати маркетинг на підприємстві; здійснювати маркетингове планування; застосовувати маркетингове стратегічне планування; розробляти маркетингові програми; здійснювати тактичне та оперативне планування маркетингу; здійснювати контроль маркетингової діяльності підприємства;

володіти: суттю маркетингового менеджменту; зasadами організації маркетингу на підприємстві; процесами маркетингового планування; маркетинговим стратегічним плануванням; маркетинговими програмами; тактичним та оперативним плануванням маркетингу; контролем маркетингової діяльності підприємства; застосовувати управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, рекламний менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу.

Зміст навчальної дисципліни. Розуміння маркетингового менеджменту. Процес маркетингового менеджменту. Організація маркетингового менеджменту. Створення маркетингових організаційних структур. Сутність і структура маркетингового планування. Маркетингові стратегії. Маркетингове стратегічне планування. Маркетингові програми. Тактичне й оперативне планування маркетингу. Контроль та аналіз маркетингової діяльності.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичні заняття 17 год., самостійна робота 86 год., разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні заняття (розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, контрольна робота, захист реферату.

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література

1. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. - К.: КНЕУ, 1998. – 265 с.
2. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. / За ред.. Л.В. Балабанової. – 3-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2004. – 354 с.
3. Яцишина Л.К. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. – К.: МВЦ «Медінформа», 2013. – 323 с.

Викладач: канд. екон. наук, доцент Бойко Р.В.

МОП 04М144

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Менеджмент он-лайн продаж

Обов'язкова

Професійної та практичної

підготовки

Українська

5 курс

9

4,0

денна, заочна

Результати навчання:

уміти: використовувати і розвивати додатки для електронного бізнесу; реалізовувати можливості сучасних Інтернет-технологій у практичній діяльності; аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію у галузі он-лайн продажів; адаптувати наявні наробки в сфері електронного бізнесу до конкретних умов і задач бізнесу;

володіти: певними підходами до ведення електронного бізнесу.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу.

Зміст навчальної дисципліни Основні поняття електронного бізнесу. Структура Інтернет і Веб. Навігація в Інтернет і комунікативні властивості. Забезпечення інформаційної безпеки і комунікаційні властивості. Ретаргетинг та ремаркетинг. Інтернет-магазини. Торговельні майданчики, бізнес-портали, крамниці, туристичні бюро та послуги. Смартфон як нове джерело продаж. Google Analytics.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичні заняття 17 год., самостійна робота 86 год., разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, самоконтроль

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література

1. Информационные технологии в бизнесе. Бизнес-класс / под редакцией М. Желены. – С-Пб. : Питер. – 1120 с.

2. Информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.e-commerce.ru

3. Журнал «Business online» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bizon.ru

Викладач: канд. екон. наук, доц. Забурмеха Є.М.

МОП05М144	Стратегічний маркетинг
МОП05М144	Курсова робота
Тип дисципліни	Обов'язкова
Цикл	Професійної та практичної підготовки
Мова навчання	Українська
Рік навчання	5 курс
Семестр	10
Кредити ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких читається дисципліна	денна, заочна

Результати навчання

уміти: використовувати на практиці вміння і навички щодо аналізу, розробки та впровадження стратегій підприємств.

володіти: навичками приймати управлінські рішення, щодо формування та вибору цільових ринків конкретно заданих підприємств.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, комерційна логістика, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни Сутність і сфера стратегічного маркетингу. Аналіз маркетингового середовища. Маркетингова стратегічна сегментація. Формування і вибір цільових сегментів підприємства. Маркетингові стратегії зростання. Маркетингові стратегії диверсифікації. Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства. Визначення конкурентних переваг підприємства. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування. Маркетингові конкурентні стратегії.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичні заняття 18 год., самостійна робота 84 год., курсова робота 30 год., разом 150 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, курсова робота.

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література

1. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / Є. В. Крикавський, Л. І. Третьякова, Н. С. Косар. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. - 256 с.
2. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник / С.В. Ковальчук. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 291с.
3. Стратегічний маркетинг : посібн. для самост. роб. студ. спец. 6.050100 “Маркетинг” напряму 0501 “Економіка і підприємництво” всіх форм навч. / Л. В. Страшинська. - К.: Київський економічний інститут менеджменту, 2010. – 88 с.

Викладач: докт. екон. наук, проф. Ковальчук С.В.

МОП06М144

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Маркетинг інновацій

Обов'язкова

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

10

4,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: використовувати складові маркетингової інноваційної підтримки товару; оцінювати якість виготовлення та експлуатації нової продукції; оцінювати ринкові перспективи інноваційного продукту; комплексно управляти витратами та прибутком, методами ціноутворення на продукцію, проводити попередній аналіз можливостей виробництва і збуту нових товарів, оцінювати ефективність інновацій із допомогою маржинального прибутку;

володіти: прийомами і методами впровадження ефективної інноваційної політики у діяльності підприємства; здатністю застосовувати сучасні методи та засоби генерування ідей для створення нового продукту; технологією і методами прийняття товарних інноваційних рішень; навичками здійснення функціонально-вартісного обґрунтування інноваційного товару; формувати ціни на нову продукцію, оцінювати ефективність впровадження нової технології; аналітичними здібностями для своєчасного виявлення проблем і прогнозування перспектив товарних інноваційних рішень.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, стратегічний маркетинг, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Товар та послуга як об'єкти інноваційного маркетингу. Управління якістю та конкурентоспроможністю товарів і послуг. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту. Планування та організація створення нового продукту. Оцінювання потенційних ринків збуту нових товарів. Використання маркетингових інструментів у дослідженнях інноваційного розвитку підприємства. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного товару. Дизайн нового товару. Економічна ефективність та обґрунтування ціни на нову продукцію. Проблеми оцінки інноваційних проектів. Методи дисконтування оцінки інноваційних продуктів. Використання маржинального прибутку при оцінці ефективності інноваційних проектів. Проблеми оцінки впровадження нової техніки і технологічно-спроможні методи оцінки ефективності впровадження нової техніки. Оцінка впливу впровадження нової техніки на економіку підприємства.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичний заняття 18 год., самостійної роботи 84 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, контрольна робота, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: іспит.

Рекомендована література

1. Ковальчук С.В. Інноваційний маркетинг (Товарна інноваційна політика): курс лекцій для студентів спец. «Маркетинг» / С.В. Ковальчук. – Хмельницький: ХНУ, 2006. – 266 с.

2. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.

3. Орлов О.А., Рясних Є.Г. Маржинальная прибыль в экономических расчетах на промышленных предприятиях. - Київ: Освіта України, 2011.

4. Орлов О.А., Рясних Є.Г. Нетехнологические инновации. Инновационные решения проблем планирования промышленного производства на основе маржинального похода: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/2266>.

5. Орлов О.А., Рясних Є.Г. Ціноутворення на нову продукцію виробничо-технічного призначення. - Київ: Освіта України, 2011.

Викладач: докт. екон. наук, проф. Орлов О.О.

ВАРИАТИВНА ЧАСТИНА

Дисципліни самостійного вибору навчального закладу (МВС)
Перелік дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки (МСВГ)

МСВГ01.153

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЕКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Іноземна мова за професійним спрямуванням

Варіативна

Гуманітарної та соціально-економічної підготовки

Англійська

5 курс

9; 10

4,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: застосовувати набуті в процесі навчання іноземної мови лексичні, граматичні та комунікативні навички в різних видах мовленнєвої діяльності, професійному спілкуванні, читанні та перекладі фахових текстів, написанні статей та анотацій; використовувати програмний лексичний матеріал у підготовленому та/або непідготовленому монологічному та діалогічному мовленні в межах вивченої тематики; читати і перекладати типові тексти із підручників за загальною і професійною тематикою в обсязі, передбаченому програмою; передавати зміст прочитаного матеріалу англійською мовою; реагувати на телефонні розмови у межах типового спілкування; користуватись базовими навичками презентації; робити усне та письмове повідомлення, що дало б змогу брати участь у наукових конференціях; здобувати та аналізувати інформацію про прослуховуванні аудіо матеріалів відповідно до передбачених програмою обсягу, темпу мовлення, рівня лексичної та граматичного матеріалу; перекладати тексти з української мови на англійську з використанням навченого лексичної та граматичного матеріалу; письмово викладати думки у рамках вивчених форм і різновидів письмового мовлення з дотримання граматичних, орфографічних і статистичних норм.

володіти: навичками розмовної англійської мови, як на побутовому, так і на фаховому рівнях; навичками спілкування у сфері бізнесу; спеціальною термінологією у визначеній програмою галузі економіки; знаннями практичної граматики англійської мови та грамотного перекладу спеціального економічного тексту; навичками читання та перекладу фахових текстів на англійській мові; оглядовим, ознайомчим та вивчаючим видом читання; стратегіями ефективного читання, аудіювання, навчання, пошуку інформації в різних джерелах інформації, включаючи інтернет-пошук.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: ділова англійська мова, економічні дисципліни за фахом, передбачені програмою підготовки магістрів.

Зміст навчальної дисципліни. Фонетичні норми іноземної мови. Активна і пасивна граматика. Читання, аудіювання, усне та письмове спілкування з побутової, культурологічної, наукової та професійної тематики. Навчальні розмовні теми. Переклад, анотування та реферування фахових іноземних текстів. Ділова усна комунікація, ділове листування, складання резюме. Мовленнєвий етикет спілкування: звертання, вибачення, запрошення, знайомства.

Запланована навчальна діяльність: практичні – 71 год., самостійної роботи – 49 год.; разом – 120 год.

Методи викладання: словесно-інформаційні: пояснення, розповідь, бесіда, робота з Інтернет ресурсами з метою пошуку інформації; практичні: виконання вправ на сприйняття і закріплення інформації, на практичне застосування інформації, складання тезових планів, підготовка переказів текстів; наукові: підготовка доповідей, презентацій, участь у навчальних дискусіях; наочні: демонстрація відео уроків, відео з ситуаціями для обговорення.

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, письмові контрольні роботи.

Види семестрового контролю: залік.

Рекомендована література

1. International Express, Liz Tailor, Oxford University Press, Student's Book (pre - intermediate), 2004.

2. International Express, Liz Tailor, Oxford University Press, Teacher's Book (pre - intermediate), 2004.

3. Англійська мова за професійним спілкуванням: навч. посібник / Герасимчук І. В., Кустовський С. М., Люлькун Н. А. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 218 с.

Викладач: докт. псих. наук, доц. Олександренко К.В.

Перелік дисциплін професійної та практичної підготовки (МСВП)

МСВП01.144

Тип дисципліни	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг
Цикл	Варіативна
Мова навчання	Професійної та практичної підготовки
Рік навчання	Українська
Семестр	5 курс
Кредити ЄКТС	10
Форми навчання, для яких читається дисципліна	4,0
	денна, заочна

Результати навчання:

уміти: вивчати та застосовувати стандарти; побудувати параметричні ряди; організувати роботи з стандартизації; провести контроль якості продукції на основі вивчених методів.

володіти: знаннями і навичками користуватися нормативними документами та стандартами, організовувати роботу зі стандартизації, а також проводити контроль і управління якістю товарів та послуг.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, фінансовий менеджмент, електронна комерція, маркетинг персоналу.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність стандартизації та її роль у розвитку національної економіки. Сутність параметричної стандартизації, параметричні ряди. Поняття методів стандартизації та їх класифікація. Державна система стандартизації. Органи стандартизації в Україні. Система показників якості продукції. Контроль якості продукції, мета його проведення. Поняття та види контролю якості. Рівень якості продукції. Класифікація методів оцінки якості продукції та послуг. Значення управління якістю в сучасних умовах. Система управління якістю. Структура державної системи сертифікації. Правила та порядок проведення робіт з сертифікації. Нормативно-правове забезпечення стандартизації. Нормативно-правове забезпечення сертифікації. Міжнародні стандарти ISO. Основні тенденції розвитку міжнародної стандартизації системи якості.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичних 18 год., самостійної роботи 84 год., разом 120 год.

Методи викладання: словесні (лекція, розповідь, пояснення, дискусія), практичні (пробні, тренувальні), наочні (метод демонстрування, метод ілюстрування).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, реферат.

Вид семестрового контролю: іспит

Рекомендована література

1. Басовский Л.Е. Управление качеством / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. - М. – 2008.
2. Бичківський В.Я., Столлярчук П.Г., Гамула П.Р. Метрологія, стандартизація, управління якістю і сертифікація. – Львів, ДУ „Львівська політехніка”, 2004.- 560 с.
3. Сертифікація / Бичківський Р.В., Друзюк В.М., Сопільник Л.І., Столлярчук П.Г. - Львів, ДУ „Львівська політехніка”, 2007. – 264с.
4. Боженко Л.І. Метрологія, стандартизація, сертифікація та акредитація / Л.І. Боженко. – Львів, Афіша, 2004, 322с.
5. Саранча Г.А. Метрологія, стандартизація, відповідність, акредитація та управління якістю: Підручник / Г.А. Саранча, К. -20006. – 672с.
6. Фомичев С.К. Основы управления качеством / С.К. Фомичев и др. – К. – 2000.
7. Шаповал М.І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації / М.І. Шаповал. – К. – 2006.

Викладач: канд. екон. наук., доц. Дражниця С.А.

Дисципліни вільного вибору студента (МВВС)
Дисципліни гуманітарної та соціально-економічної підготовки (МВВСГ)

МВВСГ01.116

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Глобальна економіка

Варіативна

Гуманітарної та соціально-економічної підготовки

Українська

5 курс

10

4,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: досліджувати економічні процеси розвитку світової економіки та глобального економічного середовища; аналізувати тенденції глобалізації економічного розвитку; виявляти та оцінювати проблеми розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації; розробляти стратегічні заходи для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей; розмежовувати відмінності між корпоративними та національними інтересами у системі глобалізації.

володіти: категоріально-поняттійним апаратом, інструментарієм регулювання міжнародних економічних зв'язків України у системі глобалізації.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Глобалізація світових економічних процесів. Теоретичні дослідження світових економічних процесів. Глобалізація світового ринку товарів. Глобалізація світового фінансового середовища. Світові фінансові центри. Світова валютна система. Межі зростання глобалізації світової економіки і перехід до інноваційної стадії розвитку. Світовий ринок праці та міжнародна трудова міграція. Інформатизація та економічна трансформація у глобальному середовищі. Міжнародні організації в умовах глобалізації. Країни і регіони у світовій глобальній економіці.

Запланована навчальна діяльність: лекцій - 18 год., практичні заняття - 18 год., самостійна робота - 84 год., разом - 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (розповідь, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: залік.

Рекомендована література

1. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку / П.О. Куцик, О.І. Ковтун, Г.І. Башнянин [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.lac.lviv.ua>

2. Глобальна економіка ХХІ століття: людський вимір: монографія / [Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, А. М. Колот та ін.]. – К.: КНЕУ, 2008. – 420 с.

3. Кальченко Т. В. Глобальна економіка: навч. посіб. / Т. В. Кальченко.— К.: КНЕУ, 2009. — 364 с.

Викладачі: канд. екон. наук., доц. Шавкун В.М., канд. екон. наук., доц. Танасієнко Н.П.

МВВСГ02.118

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семestr

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Філософські проблеми наукового пізнання

Варіативна

Гуманітарної та соціально-економічної підготовки

Українська

5 курс

10

4,0

денна, заочна

Результати навчання:

уміти: критично, пошуково, творчо і самостійно мислити; використовувати основні методи наукового пізнання у дослідженні; ґрунтуючись на методологічних засадах до наукового пізнання; застосовувати навики теоретичного аналізу в науковому дослідженні;

володіти: основами філософії науки; понятійно-категоріальним апаратом філософії; навиками дослідження з використанням основних методів і форм наукового пізнання.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Мислення і метод: особливості наукового пізнання. Суб'єкт, об'єкт, предмет наукового дослідження. Емпіричний та теоретичний рівні пізнання. Проблема істини. Факт як універсальна форма наукового знання. Наука і теоретична форма знання. Проблема як форма наукового знання. Трансформація епістемологічних концепцій наукового пізнання. Суспільство і науково-пізнавальна діяльність.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., семінарських занять 18 год., самостійної роботи 84 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (семінарське заняття), робота в групі.

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування.

Вид семестрового контролю: залік

Рекомендована література

1. Добронравова І.С., Сидоренко Л.І. Філософія і методологія науки – Київ, 2008.
2. Рижко Л.В. Науковий простір: філософський і наукознавчий аспекти. – К., 2000.
3. Степин В.С. Теоретическое знание. – М., 2000.
4. Чуйко В.Л. Рефлексія основоположень методологій філософії науки. – К., 2000.

Викладач: докт. філос. наук, проф. Петрук Н.К.

МВБСГ03.148

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Договірне право

Варіативна

Гуманітарної та соціально-економічної
підготовки

Українська

5

10

4

денна, заочна

Результати навчання

уміти: орієнтуватися у системі нормативних актів України, що регулюють норми договірних правовідносин; правильно їх застосовувати для регулювання конкретних договірних правовідносин; знати права та обов'язки сторін у договірних правовідносинах; юридично вірно кваліфікувати факти і обставини;

володіти: навичками правил роботи з джерелами договірного права; аналізувати джерела договірного права; аналізувати правозастосовчу та правоохоронну діяльності договірних та інших, безпосередньо пов'язаних з ними відносин; реалізацією норм джерел договірного права.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, іноземна мова (за професійним спрямуванням), електронна комерція, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Загально-теоретичні положення договірного права. Загальні положення договору купівлі-продажу; особливості договору роздрібної купівлі-продажу. Договір дарування; договір довічного утримання (догляду). Загальні положення договору найму (оренди). Договори про виконання робіт. Загальні положення договорів про надання послуг. Страхування. Договір доручення; договір комісії. Особливості договорів позики, кредиту, банківського вкладу, банківського рахунку та факторингу.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичний заняття 18 год., самостійної роботи 84 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, бесіда, пояснення); практичні (дискусії, навчальні ігри, case study (метод практичних ситуацій)); наочні (ілюстрування навчального матеріалу)

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, письмове опитування (тестування), самоконтроль

Вид семестрового контролю: залік

Рекомендована література

1. Цивільний кодекс України. // ВВР. - 2003. - № 40-44. - С. 356.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003р. // ВВР. - № 18-22. - С.144.
3. Сімейний кодекс України від 10.01.2002р. // ВВР. - 2002. - № 21-22. - С.135.
1. Договір як універсальна правова категорія: монографія/ А. П. Гетьман, В. I. Борисова, О. П. Євсеєв та ін./ за ред. А. П. Гетьмана, В. I. Борисової. - X., 2012.
2. Погрібний С. О. Механізм та принципи регулювання договірних відносин у цивільному праві України / С.О. Погрібний. – К., 2009. – 304 с.
3. Міхно О. І. Припинення договору за цивільним законодавством України: монографія / О. І. Міхно.- Київ, Харків, 2009. – 221 с.
4. Васильєва В. В. Договір як підстава виникнення цивільно-правового зобов'язання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук / В. В. Васильєва. Київ, 2013. – 20 с.

Викладач: канд. юрид. наук, доц. Герц А.А.

Дисципліни професійної та практичної підготовки (МВВСП)

МВВСП01.127

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Електронна комерція

Варіативна

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

9

5,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: аналізувати нормативну і економіко-технологічну інформацію в галузі електронної комерції; обґрутувати прогностичні оцінки; здійснювати закупівлі в Internet з використанням різновидних електронних платіжних систем;

володіти: базовими основами функціонування Internet; основними напрямами розвитку електронної комерції і способів її ведення; механізмами підтримки як електронної комерції, так і електронного бізнесу загалом: особливостями систем платежів для Е-комерції, правових аспектів комерції в Internet, специфіки реклами і маркетингу в глобальній мережі; вирішенням проблем безпеки і захисту інформації під час здійснення ділових операцій через Internet; практичними аспектами роботи вітчизняних систем електронної комерції і перспектив їх розвитку

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Основні поняття електронної комерції. Платіжні та фінансові системи Internet. Безпека і захист інформації в електронній комерції. Маркетинг в електронній комерції. Тактичні прийоми електронної комерції. Електронний ринок на базі Internet. Електронна підтримка споживачів. Віртуальні підприємства. Перспективи електронної комерції.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., лабораторних занять 17 год., самостійної роботи 116 год.; разом 150 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, бесіда, пояснення); практичні (лабораторні роботи з використанням інформаційних технологій); наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів)

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування в процесі вхідного та поточного контролю, вирішення практичних занять в процесі підсумкового контролю, письмове опитування (тестування), самоконтроль

Вид семестрового контролю: залік

Рекомендована література

1. Береза А.М. Електронна комерція: навч. посібник / А.М. Береза, І.А. Козак, Ф.А. Шевченко та ін.. – К.: КНЕУ, 2004. – 108 с.

2. Макарова М.В. Електронна комерція: посібник для студентів вищих навчальних закладів / М.В. Макарова. — К.: Видавничий центр “Академія”, 2002.— 272с.

3. Шалева О.І. Електронна комерція: навч. посібник / О.І. Шалева - К.: Центр учебової літератури, 2011, с. 216

4. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: навч. посібник / Т.М. Тардаскіна, Є.М. Стрельчук, Ю.В. Терешко – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.

Викладачі: канд. економ. наук, доц. Проскурович О.В., ст. викл. Вальков О.Б.

МВВСП02.127

Тип дисципліни
Цикл

Мова навчання
Рік навчання
Семestr
Кредити ЄКТС
Форми навчання, для яких читається дисципліна

Інформаційні джерела та технології в науковій діяльності
Варіативна
Професійної та практичної підготовки
Українська
5
9
5,0
денна, заочна

Результати навчання

уміти: вибрати тему наукового дослідження; використовувати основні технологічні цикли наукового дослідження; визначати основні види інформаційних джерел для реалізації дослідження; здійснювати пошук необхідної інформації; здійснювати опрацювання та узагальнення інформації з наукових джерел; формувати бібліографічний список для теми проекту; формувати банк ідей та пропозицій; оформляти результати науково-дослідної роботи у відповідності з вимогами Держстандарту України для звіту або публікації; користуватися отриманими знаннями у науково дослідницькій роботі;

володіти: основними поняттями щодо інформації та інформаційних технологій; навичками визначення завдань та орієнтовного плану наукових досліджень; навичками планування наукового дослідження; технікою виконання теоретичних та прикладних наукових досліджень; порядком та способами отримання необхідної наукової інформації; методами опрацювання наукової літератури та її огляду; вимогами до структури та оформлення звіту з науково-дослідної роботи.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, електронна комерція, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Поняття про науку як сферу людської діяльності. Загальна характеристика процесів наукового дослідження. Технологія наукових досліджень. Поняття інформації. Організація збору інформації. Аналіз та компонування інформації. Планування науково-дослідної роботи. Формування банку ідей. Оформлення звіту про виконану науково-дослідну роботу.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичних занять 17 год., самостійної роботи 116 год.; разом 150 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування.

Вид семестрового контролю залік.

Рекомендована література.

1. Єрмаков О.Ю. Основи методології наукових економічних досліджень: Навчальний посібник / О. Ю. Єрмаков, Г. Б. Погріщук, В. І. Чорнодон. – Тернопіль: «Підручники і посібники», 2010. – 290с.

2. Правила бібліографічного опису видань для списків літератури дисертаційних досліджень [Електронний ресурс] / Л. П. Одінока, С. С. Артамонова, А. А. Майстренко, Р. В. Романовський. – Режим доступу: http://www.archives.gov.ua/Publicat/AU/AU_3_4_2010/31.pdf.

3. Чміленко, Ф. О. Посібник до вивчення дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень» / Ф. О. Чміленко, Л.П. Жук. – Д.: РВВ ДНУ, 2014. – 48 с.

4. Цехмістрова Г.С. Основи наукових досліджень: Навч.Посібник.- К.:ВД «Слово», 2003.- 240 с.

5. Шейко В.М., Кушнаренко П.М.Організація та методика науково-дослідницької діяльності: підручник / В.М. Шейко, П. М. Кушнаренко. Київ: «Знання - Прес», 2002. – 293 с

Викладач: докт. екон. наук, проф. Григорук П.М.

МВВСП03.127

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Прикладна економетрика

Варіативна

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

9

5,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: застосовувати сучасний економетричний апарат для побудови адекватних економетричних моделей та прогнозування поведінки реальних економічних об'єктів на підставі використання сучасних програмних засобів, здійснювати етапи економетричного моделювання, обирати типи економетричних моделей та їх елементів; користуватись методами визначення параметрів в ізольованих регресійних рівняннях, статистичними критеріями оцінки параметрів економетричної моделі, методами перевірки та усунення «мультиколінеарності», методами оцінки параметрів моделей з нестандартними залишками, методами рішення систем одновісних рівнянь, методами оцінки параметрів моделей панельних даних; методами побудови моделей з лаговими незалежними змінними;

володіти: навичками використання сучасних інформаційних технологій для розробки прогнозів стану соціально-економічних систем, здійснення презентації результатів дослідження, ведення дискусій з прикладних питань управління економічними системами.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, електронна комерція, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни: Парна та множинна лінійна регресія в економетричному моделюванні. Нелінійна регресія. Вибір і порівняння нелінійних регресійних моделей. Особливі випадки в багатофакторному регресійному аналізі. Оцінювання моделей з розподіленими лагами. Застосування моделей з нескінченною довжиною лагів в економетричних дослідженнях. Методологія побудови симультативних моделей. Моделі з обмеженими залежними змінними. Моделі з панельними даними в економетричному моделюванні. Проблеми ідентифікації фіксованих та випадкових ефектів в моделях з панельними даними.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., лабораторних занять 17 год., самостійної роботи 116 год.; разом 150 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, бесіда, пояснення); практичні (лабораторні роботи); наочні (ілюстрування навчального матеріалу, демонстрування практичних прийомів виконання робіт).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, письмове опитування (тестування), захист лабораторних робіт.

Вид семестрового контролю: залік (9 сем.).

Рекомендована література

1. Бабешко Л.О. Основы эконометрического моделирования / Л.О. Бабешко. – М.: КомКнига, 2006. – 432 с.
2. Боровиков В. П. STATISTICA: искусство анализа данных на компьютере. Для профессионалов / В.П. Боровиков. – СПб: Питтер, 2001. – 656с.
3. Клебанова Т. С. Эконометрия / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина, Е. В. Раевнева. – Харьков: ИД “ИНЖЭК”, 2003. – 128 с.
4. Комашко О.В. Прикладная эконометрика.: учебный пособник / О.В. Комашко.- 2004 - 151с.
5. Корольов О.А. Економетрія: Навч. Посіб. 2-ге вид. / О.А. Корольов. – К.: Книга, 2005. –416 с.
6. Лук'яненко І.Г. Економетрика: Підручник / І.Г. Лук'яненко, Л.І. Краснікова. – К.: Тов.. «Знання», КОО, 1998. – 494 с.
7. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: Підручник / Геєць В.М., Клебанова Т.С., Черняк О.І., Іванов В.В., Кизим М.О., Дубровіна Н.А., Ставицький А.В. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2008. – 396 с.
8. Толбатов Ю.А. Економетрика: Підручник для екон. спеціальн. вищ. навч. закл. / Ю.А. Толбатов. – К.: Четверта хвиля, 1997-320с.
9. Handbook of Econometrics, Amsterdam: North Holland, – 1980-1994.
10. Patterson K. An Introduction to Applied Econometrics. A Time Series Approach, New York Macmillan, – 2000.

Викладач: докт. екон. наук, проф. Григорук П.М.

МВВСПП04.144

	Комерційна діяльність посередницьких підприємств
Тип дисципліни	Варіативна
Цикл	Професійної та практичної підготовки
Мова навчання	Українська
Рік навчання	5 курс
Семестр	9
Кредити ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких читається дисципліна	денна, заочна

Результати навчання***

уміти: аналізувати результати комерційної діяльності та розробляти заходи для підвищення її ефективності; організовувати комерційну роботу з продажу товарів і послуг; укладати договори на купівлю-продаж продукції та надання послуг; визначати ціни на закупівлю і продаж продукції та на послуги посередницьких підприємств;

володіти: теоретичними знаннями і практичні навички організації успішної комерційної діяльності в сфері посередництва, що мають розвивати здатність реалізації професійних повноважень в практичній діяльності.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги. Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування. Організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг. Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів. Обігові кошти комерційної діяльності та організація розрахунків. Планування витрат комерційної діяльності. Ціноутворення у комерційній діяльності. Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередників.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичних занять 17 год., самостійної роботи 86 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розвідка, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, письмове опитування (тестування), захист курсової роботи, підсумковий контрольний захід.

Вид семестрового контролю: залік (9 сем.).

Рекомендована література

1. Апопій В.В., Бабенко С.Г., Гончарук Я.В. та ін. Комерційна діяльність: Підруч. – К.: Знання, 2008. – 558с.

2. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М та ін. Теорія та практика торговельного обслуговування. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с.

3. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва. Навчальний посібник. – К.: Грамота, 2006. – 295 с.

Викладач: канд. екон. наук, доц. Бичікова Л.А.

МВВСП05.132

Тип дисципліни
Цикл

Мова навчання
Рік навчання
Семestr
Кредити ЄКТС
Форми навчання, для яких читається дисципліна

Соціальна відповідальність

Варіативна
Професійної та практичної
підготовки
Українська
5 курс
9
4,0
денна, заочна

Результати навчання

уміти: ідентифікувати, аналізувати і ранжувати очікування заінтересованих сторін організації з позицій концепції соціальної відповідальності; узагальнювати матеріали аналізу для формування пропозицій щодо удосконалення програм соціальної відповідальності; збирати та оцінювати інформацію з соціальної відповідальності для прийняття рішень і формування пропозицій до програм розвитку організації; розробляти етичні кодекси організацій, фахівців різних професій; на основі інформаційної політики організації поширювати інформацію про соціальну відповідальність; аналізувати соціальну звітність організації і готовувати необхідну інформацію для її формування;

володіти: сучасними способами організації і проведення соціальної діяльності підприємством.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Концептуальні основи розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність в системі управління організацією. Формування відносин з працівниками на засадах корпоративної соціальної відповідальності. Стратегія соціально відповідальної поведінки в ринковому середовищі. Соціально відповідальні відносини бізнесу з територіальними громадами. Екологічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності. Інформаційна політика і соціальна звітність. Соціальна відповідальність різних суб'єктів суспільного розвитку. Оцінка результативності корпоративної соціальної відповідальності.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичні заняття 17 год., самостійна робота 86 год., разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, реферат.

Вид семестрового контролю: залік.

Рекомендована література

1. Акіліна О.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / О.В. Акіліна, Л.М. Ільїч. - К.: Алерта. - 2010. – 734 с.
2. Кириченко Л.С., Самойленко А.А. Стандартизація і сертифікація товарів та послуг: підручник. - Харків: Ранок. - 2008. – 240 с.
3. Коваленко В.В., Юлдашев О.О. Громадські організації в Україні: взаємодія між трьома секторами: монографія. - К.: МАУП. - 2007. – 224 с.
4. Лазор О.Д. Основи місцевого самоврядування: навч. посіб. / О.Д. Лазор. - К.: ЦУЛ. - 2003. – 432 с.
5. Екологія і охорона навколошнього середовища: навч. посіб. / Бойчук Ю.Д., Солошенко Е.М., Бугай О.В. - Суми: Університетська книга. - 2002. – 284 с.

Викладач: докт. екон. наук, проф. Хруш Н.А.

МВВСП06.144

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Управління продажами

Варіативна

Професійної і практичної підготовки

Українська

5 курс

9

4,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: визначати потреби споживачів; організувати діяльність з продажу продукції, проводити презентації продукції; розв'язувати конфлікти, що виникають на різних етапах продажу; розробляти мережеві системи організації продажів та партнерські програми;

володіти: термінологією, процесами і методами впровадження ефективних технологій продажу товарів та послуг.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Стратегія продажу: сутність та напрямки формування. Поведінка споживача і технологія продажу: механізм взаємодії. Процес продажу, інформаційне та процедурне забезпечення управлінням процесом продажу. Побудова системи продажу. Організація роботи відділу продажів. Управління торговим персоналом. Прогнозування та планування продажу. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу. Управління продажем на промисловому ринку та у сфері послуг.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичний заняття 17 год., самостійної роботи 86 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, контрольна робота, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: залік

Рекомендована література

1. Управление продажами / Радмило М. Лукич. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 256 с. – Джерело доступу : http://itrener.com.ua/wp-content/uploads/2012/11/upravlenie_prodazhami.pdf.

2. Вертоградов В. Управление продажами / В. Вертоградов. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 240 с. – Джерело доступу : <http://log-in.ru/books/upravlenie-prodazhami-vertogradov-v-a-prodazhi/>.

3. Розанн Л. Спиро, Уильям Дж. Стэнтон, Грегори А. Рич. Управление продажами. – М : Издательский дом Гребенникова, 2007. – 704 с.

Викладач: канд. екон. наук, доц. Андрушкевич З.М.

МВВСП07.144	Маркетингова політика розподілу
Тип дисципліни	Варіативна
Цикл	Професійної та практичної підготовки
Мова навчання	Українська
Рік навчання	5 курс
Семестр	10
Кредити ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких читається дисципліна	денна, заочна

Результати навчання

уміти: регулювати діяльність учасників товарного руху; проводити оцінку ефективності каналу розподілу.

володіти: навичками здійснювати вибір каналів збуту, проводити контроль діяльності учасників товароруху, виявляти потенційні та існуючі конфлікти в каналі.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, управління продажами, маркетинг персоналу.

Зміст навчальної дисципліни Розподіл і маркетингова логістика. Управління товарним рухом. Конкуренція в каналах розподілу. Вибір оптимального каналу розподілу. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу. Державна закупівля і державне замовлення. Гуртова і роздрібна торгівля в каналах розподілу. Розподіл на промисловому підприємстві. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу. Сутність і значення маркетингової політики розподілу.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичні заняття 18 год., самостійна робота 114 год., разом 150 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: залік.

Рекомендована література

1. Альбеков А.У., Фед’ко В.П., Митько О.А. Логистика коммерции. Ростов-на Дону: Феникс, 2001. — 512 с.
2. Власова Н.О., Пономарьова Ю.В. Формування ефективної закупівельної політики підприємств роздрібної торгівлі: Навч. посіб. — Харків, 2003. — 144 с.
3. Методичні вказівки щодо самостійного вивчення дисципліни «Маркетингова політика розподілу» та виконання контрольної роботи для студентів заочної форми навчання спеціальності «Маркетинг» / С.В. Ковальчук. – Хмельницький: ХНУ, 2011. - С. 150.

Викладач: канд. екон. наук, доц. Гвоздецька І.В.

МВВСП08.144

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Управління вартістю підприємства

Варіативна

Професійної та практичної
підготовки

Українська

5 курс

10

5,0

денна, заочна

Результати навчання

вміти: визначати та оцінювати результати визначення факторів, що впливають на вартість підприємства; використовувати різні методи та підходів для визначення вартості підприємства; здійснювати розрахунок вартості підприємства за допомогою методів доходного підходу; проводити розрахунок вартості підприємства за допомогою методів витратного підходу; розраховувати вартість підприємства за допомогою методів порівняльного підходу;

знати: організаційно-правові основи оцінювання вартості підприємства; державне і суспільне регулювання оцінювання майна і професійної оцінної діяльності в Україні; організацію проведення оцінкої вартості підприємства; цілі та основні етапи оцінювання вартості підприємства; сутність економічної категорії "вартість" та види вартості; характеризувати основні підходи до оцінювання вартості підприємства; методи оцінювання вартості підприємства на основі доходного підходу; методи оцінювання вартості підприємства на основі витратного підходу; методи оцінювання вартості підприємства на основі порівняльного підходу

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Вартість підприємства як об'єкт оцінювання та управління. Нормативно-правове регулювання оцінювання цілісних майнових комплексів, фінансових інтересів та інших майнових прав в Україні. Професійна оцінна діяльність в Україні та вимоги до її здійснення. Інформаційні джерела, порядок їх збору та аналізу під час оцінювання. Дохідний підхід до оцінювання вартості бізнесу та його основні методи. Майновий (витратний) підхід до оцінювання вартості бізнесу та його основні методи. Етапи робіт та порядок їх виконання. Порівняльний підхід та особливості його застосування під час оцінювання цілісних майнових комплексів, фінансових інтересів та інших майнових прав. Процедури узгодження результатів оцінювання, отримані з використанням різних методичних підходів. Складання звіту щодо оцінювання вартості бізнесу.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичних занять 18 год., самостійної роботи 114 год.; разом 150 год.

Методи викладання: словесні (лекція, розповідь, дискусія, пояснення), практичні (рішення задач, індивідуальні завдання).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування.

Вид семестрового контролю: залік.

Рекомендована література

1. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление [Текст – 3-е изд. / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурин / пер с англ. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. – 576 с.

2. Круш П. В. Оцінка бізнесу : навч. посіб. / П. В. Круш, С. В. Полищук. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 264 с.

3. Лебедь Н. П. Оценка имущества и имущественных прав в Украине / Н. П. Лебедь, А. Г. Мендрул, В. Г. Ларцев. – К. : ООО "Инф.-изд. фирма "Принт-экспресс", – 2003. – 715 с.

4. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології / Т. Момот. – Х. : Фактор, 2007. – 224 с.

5. Сивець С. А. Как оценить имущество : пособие для заказчиков и пользователей оценки / С. А. Сивець, Л. А. Баширова. – Запорожье : Вид. "Полиграф", 2003. – 252 с.

Викладач: докт. екон. наук, проф. Гончар О.І.

МВВСП09.144

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Організація захисту прав споживачів

Варіативна

Професійної і практичної підготовки

Українська

5 курс

10

5,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: з'ясовувати причинно-наслідкові зв'язки в ситуаціях порушення прав споживачів; робити посильний внесок в гармонізацію відносин купівлі-продажу; налагоджувати ефективні комунікації у процесі обслуговування споживачів; з урахуванням чинних норм законодавства розробляти правильні підходи до організації господарювання; виявляти та усувати факти порушення законодавства у сфері захисту прав споживачів.

володіти: термінологією, категоріями та законодавством у сфері захисту прав споживачів; знаннями правових зasad забезпечення якості та безпеки харчових продуктів і продовольчої сировини; механізмом захисту прав споживачів.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу, соціальна відповідальність.

Зміст навчальної дисципліни. Основний зміст концепції консюмеризму і його роль в системі ринкових відносин. Правові основи захисту прав споживачів. Загальногромадська державна консюмерська політика цивілізованих країн щодо підвищення якості товарів і послуг. Права споживачів в разі придбання ним товару неналежної якості та майнова відповідальність за шкоду заподіяну товарами (роботами, послугами) неналежної якості. Права споживачів на обмін товарів належної якості, недійсність умов договорів, що обмежують права споживачів. Права споживачів на: інформацію про товари (роботи, послуги) у сфері торговельного та інших видів обслуговування. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів та судовий захист прав споживачів. Правила торгівлі продовольчими товарами. Правила торгівлі непродовольчими товарами.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 18 год., практичний заняття 18 год., самостійної роботи 114 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування, контрольна робота, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: залік

Рекомендована література

1. Дудла І.О. Захист прав споживачів : навч. посібник / І.О. Дудла. – К. : Центр учебової літератури, 2007 – 448 с.

2. Зверєва О.В. Захист прав споживачів: Навчальний посібник / О.В. Зверєва. – К.: Центр учебової літератури, 2007. – 192 с.

Викладач: канд. екон. наук, доц. Андрушкевич З.М.

МВВСП10.144

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Маркетинг персоналу

Варіативна

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

9

4,0

денна, заочна

Результати навчання**уміти:** оцінити діяльність персоналу; вміти визначати потреби в персоналі; ефективно управляти персоналом;**володіти:** прийомами та методами маркетингу задля ефективного управління персоналом на підприємстві.**Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни:** методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетингова політика розподілу.**Зміст навчальної дисципліни.** Теоретико-методологічні засади маркетингу персоналу. Визначення потреб в персоналі. Пошук, набір і відбір персоналу. Оцінка діяльності персоналу. Навчання і розвиток персоналу. Управління маркетингом. Стратегічний маркетинг.**Запланована навчальна діяльність:** лекцій 17 год., практичних занять 17 год., самостійної роботи 86 год.; разом 120 год.**Методи викладання:** словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).**Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень:** усне опитування, письмове опитування (тестування), захист реферату, захист творчого завдання.**Вид семестрового контролю:** залік (9 сем.).**Рекомендована література**

1. Анисимов О.С. Принятие управленческих решений: методология и технология / О.С. Анисимов. – М., 2010.

2. Гапошина Л.Г. Маркетинг кадрового обеспечения / Л.Г. Гапошина. – М.: Дашков и К, 2002.

3. Десслер Г. Управление персоналом / Г. Десслер. – М.: БИНОМ, 2004.

Викладач: канд. екон. наук, доц. Бичікова Л.А.

МВВСП11.144

Тип дисципліни	Конкурентоспроможність підприємства
Цикл	Варіативна
Мова навчання	Професійної та практичної підготовки
Рік навчання	Українська
Семестр	5 курс
Кредити ЄКТС	9
Форми навчання, для яких читається дисципліна	4,0 денна, заочна

Результати навчання

вміти: визначати рівень задоволення потреб, існуючих на ринку; обґрунтовувати управлінські рішення щодо підвищення; розробляти заходи для отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту; розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринку; забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції послуг; впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання;

знати: сутність і особливості забезпечення конкурентоспроможності підприємства, методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, основні чинники підвищення конкурентоспроможності, методи діагностика підприємства з метою виявлення конкурентних переваг, особливості організаційних умов посилення конкурентоспроможності підприємств, методичні засади управління маркетинговими ризиками як інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства, основи управління збутою діяльністю як внутрішнім фактором конкурентоспроможності підприємств.

Необхідні обов'язкові попередні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, міжнародний менеджмент, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність та структура поняття конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Чинники підвищення конкурентоспроможності. Діагностика підприємства як основа виявлення конкурентних переваг. Інноваційний розвиток як чинник конкурентоспроможності української економіки. Організаційні умови посилення конкурентоспроможності підприємств. Трудова складова у визначенні конкурентоспроможності підприємства. Управління нематеріальними активами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Виявлення та оцінка ризиків як елемент забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Управління маркетинговими ризиками як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17 год., практичних занять 17 год., самостійної роботи 86 год.; разом 120 год.

Методи викладання: словесні (лекція, розповідь, дискусія, пояснення), практичні (рішення задач, індивідуальні завдання).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, тестування.

Вид семестрового контролю: залік.

Рекомендована література

1. Балабанова, Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : монография / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. - Донецк: ДонГУЭТ, 2004. - 141 с.
2. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
3. Піддубний, І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна; за ред. проф. І. О. Піддубного. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2004. — 264 с.
4. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / за заг. ред. проф. Ю. Б. Іванова, проф. О. М. Тищенка. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. — 384 с.
5. Шинкаренко, В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия: монография / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. — Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. — 186 с.

Викладач: докт. екон. наук, проф. Гончар О.І.

МВВСП12.142

Тип дисципліни

Цикл

Мова навчання

Рік навчання

Семестр

Кредити ЄКТС

Форми навчання, для яких читається дисципліна

Міжнародний менеджмент

Варіативна

Професійної та практичної підготовки

Українська

5 курс

9

4,0

денна, заочна

Результати навчання

уміти: розрізняти специфіку міжнародного бізнесу, і відштовхуючись від цього вміти визначати глибину залучення своєї фірми у міжнародний бізнес, оптимальну для даного рівня розвитку фірми; проводити маркетинговий аналіз середовища міжнародного менеджменту; застосовувати принципи професійного підходу до можливостей фірми та стратегічно визначати загальний позитивний вплив ефективного міжнародного менеджменту на економіку фірми, галузі, країни в цілому; організовувати роботу міжнародної корпорації, складати стратегічні плани розвитку, керувати рухом ресурсів, потоків, інформації та персоналу міжнародної компанії; застосовувати знання про зміст управлінської роботи в міжнародних корпораціях, систему економічної інформації, зовнішнє та внутрішнє середовище діяльності суб'єктів господарювання; уявляти собі в комплексі економічний механізм функціонування міжнародного підприємства; застосовувати знання про сутність організаційно-правових відносин материнської фірми та дочірніх утворень, пов'язаних відносинами власності та механізмом дистанційного управління фінансовими ресурсами; використовувати механізми функціонування інвестиційних операцій міжнародних корпорацій;

володіти: технологіями управлінської діяльності в усіх сферах міжнародних корпорацій;

Необхідні обов'язкові попереодні та супутні дисципліни: методологія і організація наукових досліджень, інформаційні джерела та технології в науковій діяльності, прикладна економетрика, маркетинговий менеджмент, менеджмент он-лайн-продаж, комерційна діяльність посередницьких підприємств, маркетинг персоналу, маркетингова політика розподілу.

Зміст навчальної дисципліни: Суть та характерні риси міжнародного менеджменту. Середовище міжнародного менеджменту. Стратегічне планування та прийняття рішень в міжнародних корпораціях Організаційний розвиток в міжнародних корпораціях. Управління людськими ресурсами в міжнародній корпорації. Керування і комунікації в міжнародних корпораціях. Контроль і звітність міжнародних корпорацій. Технологічна політика в міжнародній корпорації. Фінансовий менеджмент міжнародних корпорацій. Торгівельні операції в міжнародних корпораціях. Інвестиційні операції міжнародних корпорацій.

Запланована навчальна діяльність: лекцій 17, практичні 17, самостійна робота 86; разом 120.

Методи викладання: словесні (розвідка, бесіда, пояснення); практичні (розв'язування задач, репродуктивні вправи, дидактичні ігри, метод ситуацій, мозковий штурм); наочні (слайди).

Методи контролю і оцінювання навчальних досягнень: усне опитування, письмове опитування, тестування, захист реферату, контрольна робота, самоконтроль.

Вид семестрового контролю: залік

Рекомендована література

1. Міжнародний менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Г. Величко [та ін.] ; Нац. металург. акад. України. - Д. : Акцент, 2012. - 249 с.

2. Міжнародний менеджмент: теоретичні та прикладні положення : навч. посіб. / [О. Є. Кузьмін та ін.]. - Л. : ЗУКЦ, 2012. - 263 с.

3. Юхименко П. І., Міжнародний менеджмент. Навч. посіб. / Юхименко П. І., Гацька Л. П., Півторак М. В. - К. : Центр учебової літератури, 2011. - 488 с.

Викладачі: докт. екон. наук, проф. Йохна М. А., канд. екон. наук, доц. Соколюк Г. О.

Додаток 2

Матриця зв'язків між навчальними дисциплінами (модулями) результатами навчання (компетентностями)