

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від _____ 20 ____ № ____

Голова Вченої ради

_____ Підпис

_____ Ініціали, прізвище

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

МАРКЕТИНГ

Назва освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 «МАРКЕТИНГ»

Код і найменування

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

Шифр і назва

ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ

БАКАЛАВР МАРКЕТИНГУ

Назва

Освітня програма вводиться у дію

з _____ 20 ____ р.

Наказ від _____ 20 ____ № ____

Ректор _____ М.Є. Скиба

Підпис

Ініціали, прізвище

Хмельницький 2020

ВНЕСЕНО

Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва

Протокол від _____ 20 ____ № _____

Зав. кафедри _____ С.В. Ковальчук
Підпис Ініціали, прізвище

ПРОЄКТНА ГРУПА

Гарант (Керівник проєктної групи)

_____ В.Л. Карпенко, к.е.н., доц.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

Члени проєктної групи:

_____ С.В. Ковальчук, д.е.н., проф.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

_____ Є.М. Забурмеха, к.е.н., доц.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

_____ С.А. Дrajниця, к.е.н., доц.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

ПОГОДЖЕНО:

<p>Вчена рада факультету економіки і управління</p> <p>Протокол від _____ 20 ____ № _____</p> <p>Голова вченої ради _____ <u>М.І. Бондаренко</u> Підпис Ініціали, прізвище</p>	<p>Навчально-методичний відділ</p> <p>Завідувач _____ <u>Л.С. Любохинець</u> Підпис Ініціали, прізвище</p> <p>Навчальний відділ</p> <p>Завідувач _____ <u>О. Г. Самолюк</u> Підпис Ініціали, прізвище</p> <p>Відділ забезпечення якості вищої освіти</p> <p>Завідувач _____ <u>Г.В. Красильникова</u> Підпис Ініціали, прізвище</p>
---	--

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Керівник громадської організації «Українська асоціація маркетингу»

Назва організації (підприємства)

Підпис

І.В. Лилик

Ініціали, прізвище

Президент Хмельницької торгово-промислової палати України

Назва організації (підприємства)

Підпис

Н.М. Белякова

Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «Світ-Маркет»

Назва організації (підприємства)

Підпис

Ю.В. Кравчук

Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «Гама-Техніка»

Назва організації (підприємства)

Підпис

І.В. Стельмах

Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «ІКЛАВ»

Назва організації (підприємства)

Підпис

К.Е. Карвовський

Ініціали, прізвище

Голова студентської ради факультету економіки і управління

Назва

Підпис

Ініціали, прізвище

Профіль освітньої програми зі спеціальності

075 «Маркетинг»

Код і найменування спеціальності

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький національний університет Факультет економіки та управління Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Назва кваліфікації	Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплому – одиничний Обсяг: - на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 4 роки.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, Україна, 2018, термін дії сертифікату (Серія УД, №23006432, 09.07.2018) – до 1 липня 2028 року
Цикл/Рівень програми	Національна рамка кваліфікацій – 7 рівень; Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти FQ-EHEA – перший цикл; Європейська рамка кваліфікацій навчання впродовж життя EQF LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми	http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=50
2. Мета освітньої програми	
Формування особистості фахівця, здатного вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма.
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, стратегія, товар, ціна, розподіл, комунікації.
Особливості програми	Використання в навчальному процесі елементів дуальної освіти та залучення до освітнього процесу провідних науковців, спеціалістів-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник освітнього рівня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: 2419.2 Консультант з маркетингу, професіонал з інноваційної діяльності, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти, набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції. Практикуми та практичні заняття в групі. Заняття з розв'язання проблем. Лабораторні заняття. Стажування/практика. Онлайн/ електронне навчання. Самостійна робота. За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі тощо).

	<p>За організаційними формами: колективного та інтегративного навчання (кейсів, рольових (ділових) ігор, дебатів, ситуаційних вправ тощо).</p> <p>За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці</p>
Оцінювання	<p>Види контролю: поточний, тематичний, періодичний, модульний, підсумковий, самоконтроль тощо.</p> <p>Форми контролю: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист лабораторних та індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, іспити, підсумкова атестація – атестаційний іспит.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною – («зараховано», «незараховано»)</p>
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p>
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки й технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 03. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї</p> <p>ЗК 04. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 05. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 06. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні, пошуку, оброблення та аналізу інформації.</p> <p>ЗК 07. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 08. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 09. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 10. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 11. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 13. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 14. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Фахові компетентності (ФК)	<p>ФК 01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 02. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 03. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 04. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в</p>

	<p>умовах невизначеності.</p> <p>ФК 09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7. Програмні результати навчання (ПРН)	
<p>ПРН1. Асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти, визнавати верховенство права, зокрема у професійній діяльності, розуміти і вміти користуватися власними правами і свободами, виявляти повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу.</p> <p>ПРН2. Відтворювати моральні, культурні, наукові цінності, примножувати досягнення суспільства в соціально-економічній сфері, пропагувати ведення здорового способу життя.</p> <p>ПРН3. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН4. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН5. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН6. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН7. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН8. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН9. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН10. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН11. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН12. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН13. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН14. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН15. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН16. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН17. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН18. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН19. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН20. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>	
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Склад проектної групи: п'ять осіб, один доктор наук, чотири кандидати наук, працюють за основним місцем роботи та мають кваліфікацію відповідно до спеціальності.</p> <p>Група забезпечення спеціальності – 8 осіб (доктори наук, професори – 2 особи (25%) і кандидати наук, доценти – 6 осіб (75%)).</p> <p>Науково-викладацький склад кафедри маркетингу і торговельного підприємництва –</p>

	15 осіб, з них: 4 особи (26,7%) – доктори наук, професори; 10 осіб (66,7%) – кандидати наук, доценти, 1 особа (6,6%) – старший викладач. Всі викладачі мають рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог. Для організації зв'язку з реальним виробництвом до викладання деяких дисциплін залучаються фахівці з реального сектору управління торговельним бізнесом і комерційної логістики.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів для фактичного контингенту студентів становить 6,4 м ² (при навчанні у дві зміни), що відповідає рекомендованим показникам розрахункової площі навчальних закладів. Кількість лекційних аудиторій, аудиторій для проведення практичних, лабораторних занять, навчально-виховних заходів, достатня для здійснення освітньої діяльності. Лекційні аудиторії оснащені мультимедійним обладнанням.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Наявність: <ul style="list-style-type: none"> - українських та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю у бібліотеці (у тому числі в електронному вигляді); - офіційного веб-сайту ХНУ, на якому розміщена основна інформація про організацію навчального процесу; - модульного середовища для навчання MOODLE; - електронної бібліотеки університету; - освітньої програми, навчального плану, робочих програм з усіх навчальних дисциплін навчального плану; - програм з усіх видів практичної підготовки та підсумкової атестації; - методичних вказівок до виконання лабораторних та практичних робіт, курсового та дипломного проектування.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ХНУ та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Програми Подвійного Диплому із навчальними закладами Польщі: <ul style="list-style-type: none"> – Краківською політехнікою ім.Т.Костюшка, www.pk.edu.pl – Люблінським технічним університетом, www.pollub.pl/ – Свентокшиською політехнікою в Кельцах. www.tu.kielce.pl
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах. Мова викладання – українська.

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми

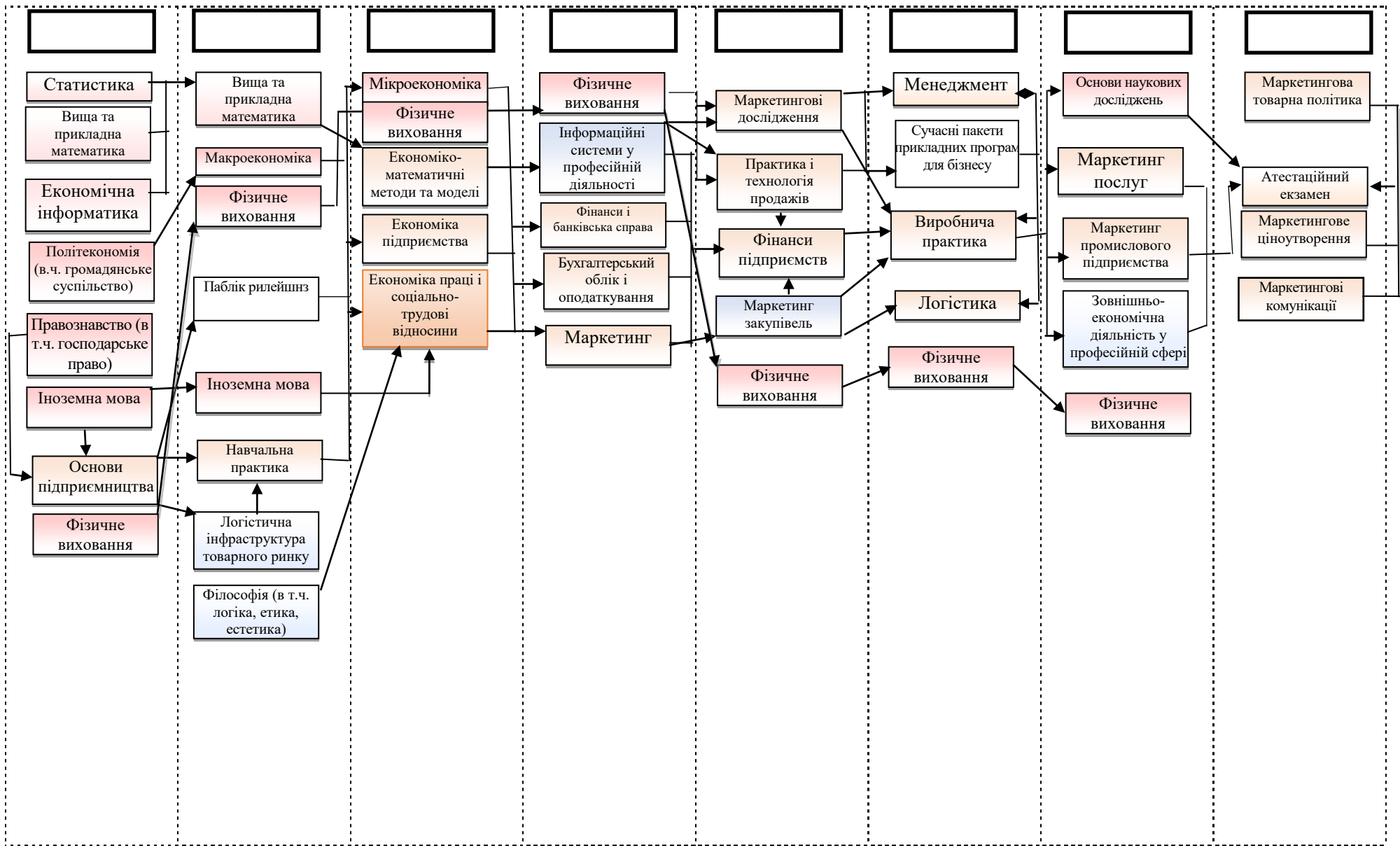
Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	5	іспит	1
ОЗП.02	Макроекономіка	5	іспит, курсова робота	2
ОЗП.03	Мікроекономіка	5	іспит	3
ОЗП.04	Вища та прикладна математика	8	залік, іспит	1, 2
ОЗП.05	Економічна інформатика	5	іспит	1
ОЗП.06	Статистика	5	іспит	1
ОЗП.07	Основи наукових досліджень	5	іспит	7
ОЗП.08	Правознавство (в т.ч. господарське право)	4	залік	1
ОЗП.09	Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика)	4	залік	2
ОЗП.10	Іноземна мова	6	залік, іспит	1, 2
ОЗП.11	Фізичне виховання		залік	1-7
Професійна підготовка (ОПП)				
ОПП.01	Економіка підприємства	5	іспит, курсова робота	3
ОПП.02	Економіко-математичні методи та моделі	5	іспит	3
ОПП.03	Економіка праці й соціально-трудова відносини	5	іспит	3
ОПП.04	Бухгалтерський облік та оподаткування	5	іспит	4
ОПП.05	Фінанси і банківська справа	5	іспит	4
ОПП.06	Маркетинг	5	іспит, курсова робота	4
ОПП.07	Менеджмент	5	іспит	6
ОПП.08	Маркетингові дослідження	5	іспит, курсова робота	5
ОПП.09	Основи підприємництва	5	іспит	1
ОПП.10	Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	5	іспит	7
ОПП.11	Інформаційні системи у професійній діяльності	5	іспит	4
ОПП.12	Практика і технологія продажів	5	іспит	5
ОПП.13	Фінанси підприємств	5	іспит	5
ОПП.14	Логістична інфраструктура товарного ринку	5	залік	2
ОПП.15	Паблік рилейшинз	5	залік	2
ОПП.16	Сучасні пакети прикладних програм для бізнесу	5	іспит	6
ОПП.17	Маркетинг закупівель	5	іспит	5
ОПП.18	Маркетингові комунікації	6	іспит, курсова робота	8
ОПП.19	Логістика	7	іспит, курсова робота	6
ОПП.20	Маркетинг послуг	5	іспит, курсова робота	7
ОПП.21	Маркетинг промислового підприємства	5	іспит	7
ОПП.22	Маркетингова товарна політика	5	іспит	8
ОПП.23	Маркетингове ціноутворення	5	іспит	8
ОПП.24	Навчальна практика	3	залік	2
ОПП.25	Виробнича практика	7	залік	6
ОПП.26	Атестаційний екзамєн		іспит	8
Загальний обсяг обов'язкових компонент			180	

ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
	Вибіркові дисципліни 3 семестру*	10	заліки	3
	Вибіркові дисципліни 4 семестру*	10	заліки	4
	Вибіркові дисципліни 5 семестру*	10	заліки	5
	Вибіркові дисципліни 6 семестру*	6	заліки	6
	Вибіркові дисципліни 7 семестру*	10	заліки	7
	Вибіркові дисципліни 8 семестру*	14	заліки	8
Загальний обсяг вибірових компонент			60	
Загальний обсяг освітньої програми			240	

* перелік освітніх компонентів формується Здобувачами вищої освіти з університетського каталогу дисциплін вільного вибору

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Структурно-логічна схема підготовки визначає процес реалізації ОП, тобто короткий опис логічної послідовності вивчення компонент ОП. Структурно-логічну схему представлено у вигляді графа та таблиці.



Таблиця 1

Структурно-логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізити, кореквізити)

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	1	–	ОЗП 02 Макроекономіка ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини
ОЗП.02	Макроекономіка	2	ОЗП 01 Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини
ОЗП.03	Мікроекономіка	3	ОЗП 02 Макроекономіка ОПП 24 Навчальна практика ОПП 14 Логістична інфраструктура товарного ринку ОПП 09 Основи підприємництва ОЗП 01 Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)	ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 13 Фінанси підприємств
ОЗП.04	Вища та прикладна математика	1, 2	ОЗП 06 Статистика ОЗП 05 Економічна інформатика	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.05	Економічна інформатика	1	–	ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.06	Статистика	1	–	ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності
ОЗП.07	Основи наукових досліджень	7	ОПП 25 Виробнича практика ОПП 08 Маркетингові дослідження	ОПП 26 Атестаційний екзамен
ОЗП.08	Правознавство (в т.ч. господарське право)	1	–	ОПП 09 Основи підприємництва ОПП 24 Навчальна практика
ОЗП.09	Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика)	2	–	ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини ОПП 06 Маркетинг
ОЗП.10	Іноземна мова	1, 2	–	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 06 Маркетинг
ОЗП.11	Фізичне виховання	1-7	–	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів

Продовження таблиці 1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
Професійна підготовка (ОПП)				
ОПП.01	Економіка підприємства	3	ОЗП 02 Макроекономіка ОПП 15 Паблік рилейшнз ОПП 24 Навчальна практика	ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 06 Маркетинг
ОПП.02	Економіко-математичні методи та моделі	3	ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОЗП 06 Статистика ОЗП 05 Економічна інформатика	ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 06 Маркетинг
ОПП.03	Економіка праці й соціально-трудова відносини	3	ОЗП 02 Макроекономіка ОПП 24 Навчальна практика ОЗП 09 Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика)	ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 13 Фінанси підприємств ОПП 06 Маркетинг
ОПП.04	Бухгалтерський облік та оподаткування	4	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини	ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 13 Фінанси підприємств ОПП 17 Маркетинг закупівель
ОПП.05	Фінанси і банківська справа	4	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини	ОПП 13 Фінанси підприємств ОПП 17 Маркетинг закупівель ОПП 25 Виробнича практика
ОПП.06	Маркетинг	4	ОЗП 03 Мікроекономіка ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини	ОПП 17 Маркетинг закупівель ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів
ОПП.07	Менеджмент	6	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 06 Маркетинг	ОПП 25 Виробнича практика ОПП 19 Логістика ОЗП 07 Основи наукових досліджень
ОПП.08	Маркетингові дослідження	5	ОЗП 11 Фізичне виховання ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 06 Маркетинг	ОПП 07 Менеджмент ОПП 25 Виробнича практика
ОПП.09	Основи підприємництва	1	ОЗП 08 Правознавство (в т.ч. господарське право) ОЗП 10 Іноземна мова	ОПП 15 Паблік рилейшнз ОПП 24 Навчальна практика ОПП 01 Економіка підприємства
ОПП.10	Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	7	ОПП 07 Менеджмент ОПП 19 Логістика ОПП 16 Сучасні пакети прикладних програм	ОПП 26 Атестаційний екзаме ОПП 18 Маркетингові комунікації ОПП 22 Маркетингова товарна політика ОПП 23 Маркетингове ціноутворення
ОПП.11	Інформаційні системи у професійній діяльності	4	ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОЗП 04 Вища та прикладна математика ОЗП 06 Статистика ОЗП 05 Економічна інформатика	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 17 Маркетинг закупівель ОПП 13 Фінанси підприємств

Продовження таблиці 1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОПП.12	Практика і технологія продажів	5	ОЗП 11 Фізичне виховання ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності ОПП 06 Маркетинг ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування	ОПП 07 Менеджмент ОПП 13 Фінанси підприємств ОПП 25 Виробнича практика
ОПП.13	Фінанси підприємств	5	ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування ОПП 06 Маркетинг ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності	ОПП 25 Виробнича практика ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері
ОПП.14	Логістична інфраструктура товарного ринку	2	ОПП 09 Основи підприємництва	ОПП 24 Навчальна практика ОПП 01 Економіка підприємства ОЗП 03 Мікроекономіка
ОПП.15	Паблік рилейшинз	2	ОПП 09 Основи підприємництва	ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудова відносини
ОПП.16	Сучасні пакети прикладних програм для бізнесу	6	ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 02 Економіко-математичні методи та моделі ОПП 11 Інформаційні системи у професійній діяльності	ОПП 20 Маркетинг послуг ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 25 Виробнича практика ОПП 19 Логістика
ОПП.17	Маркетинг закупівель	5	ОПП 06 Маркетинг ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 05 Фінанси і банківська справа ОПП 04 Бухгалтерський облік і оподаткування	ОПП 25 Виробнича практика ОПП 19 Логістика
ОПП.18	Маркетингові комунікації	8	ОПП 16 Сучасні пакети прикладних програм ОПП 07 Менеджмент ОПП 19 Логістика ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	ОПП 22 Маркетингова товарна політика ОПП 23 Маркетингове ціноутворення ОПП 26 Атестаційний екзаме
ОПП.19	Логістика	6	ОПП 17 Маркетинг закупівель ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 08 Маркетингові дослідження	ОПП 20 Маркетинг послуг ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері
ОПП.20	Маркетинг послуг	7	ОПП 19 Логістика ОПП 07 Менеджмент ОПП 06 Маркетинг ОПП 25 Виробнича практика	ОПП 26 Атестаційний екзаме
ОПП.21	Маркетинг промислового підприємства	7	ОПП 10 Логістика ОПП 07 Менеджмент ОПП 06 Маркетинг ОПП 25 Виробнича практика	ОПП 26 Атестаційний екзаме
ОПП.22	Маркетингова товарна політика	8	ОПП 18 Маркетингові комунікації ОПП 23 Маркетингове ціноутворення ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	ОПП 26 Атестаційний екзаме

Кінець таблиці 1

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	Семестр	Пререквізити	Кореквізити
ОПП.23	Маркетингове ціноутворення	8	ОПП 18 Маркетингові комунікації ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері ОПП 22 Маркетингова товарна політика	ОПП 26 Атестаційний екзамен
ОПП.24	Навчальна практика	2	ОПП 09 Основи підприємництва	ОПП 01 Економіка підприємства ОПП 03 Економіка праці і соціально-трудові відносини ОЗП 03 Мікроекономіка
ОПП.25	Виробнича практика	6	ОПП 08 Маркетингові дослідження ОПП 12 Практика і технологія продажів ОПП 06 Маркетинг ОПП 17 Маркетинг закупівель ОПП 13 Фінанси підприємств	ОЗП 07 Основи наукових досліджень ОПП 20 Маркетинг послуг ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері
ОПП.26	Атестаційний екзамен	8	ОПП 18 Маркетингові комунікації ОПП 23 Маркетингове ціноутворення ОПП 22 Маркетингова товарна політика ОЗП 07 Основи наукових досліджень ОПП 20 Маркетинг послуг ОПП 21 Маркетинг промислового підприємства ОПП 10 Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері	–

III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі складання комплексного атестаційного іспиту
Вимоги до кваліфікаційного іспиту	Кваліфікаційний іспит проходить у формі комп'ютерного тестування в лабораторії інформаційних систем і технологій ХНУ. Для проведення тестування кафедрою формується пул тестових завдань, до складу якого входить не менше як 5 обов'язкових предметів професійної підготовки освітньої програми. Кількість тестових завдань із кожного предмета, що входять до загального пулу має бути не меншою ніж 200. Перелік предметів, що виносяться на атестаційний іспит та тестові завдання по них розглядаються та затверджуються на засіданні кафедри. Тестові завдання, які формують програму атестаційного іспиту, повинні належати до різних типів та можуть, за необхідності, переглядатися та змінюватися за рішенням кафедри.

IV. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (далі - СВЗЯ) в Університеті відповідає вимогам Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 Закону України «Про вищу освіту» (2014) та статті 41 Закону України «Про освіту» (2017). Створена СВЗЯ функціонує на п'яти організаційних рівнях відповідно до розроблених нормативних документів, що розміщені на сайті Університету: <http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?r=700&p=100>.

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти містить:

- 1) стратегію (політику) та процедури забезпечення якості освіти;
- 2) систему та механізми забезпечення академічної доброчесності;
- 3) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 4) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 5) оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання здобувачів освіти;
- 6) оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання педагогічної (науковопедагогічної) діяльності педагогічних та науково-педагогічних працівників;
- 7) оприлюднені критерії, правила і процедури оцінювання управлінської діяльності керівних працівників закладу освіти;
- 8) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі для самостійної роботи здобувачів освіти;
- 9) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науковопедагогічних працівників;
- 10) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління закладом освіти;
- 11) створення у закладі освіти інклюзивного освітнього середовища, універсального дизайну та розумного пристосування;
- 12) інші процедури та заходи, що визначаються спеціальними законами або документами.

V. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОЗП01	ОЗП02	ОЗП03	ОЗП04	ОЗП05	ОЗП06	ОЗП07	ОЗП08	ОЗП09	ОЗП10	ОЗП11	ОПП01	ОПП02	ОПП03	ОПП04	ОПП05	ОПП06	ОПП07	ОПП08	ОПП09	ОПП10	ОПП11	ОПП12	ОПП13	ОПП14	ОПП15	ОПП16	ОПП17	ОПП18	ОПП19	ОПП20	ОПП21	ОПП22	ОПП23	ОПП24	ОПП25	ОПП26		
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК01	+									+																												+	
ЗК02	+									+	+																												+
ЗК03		+		+			+	+									+																						+
ЗК04		+													+		+	+																					+
ЗК05						+			+						+		+																						+
ЗК06			+	+		+	+						+																										+
ЗК07				+		+	+						+																										+
ЗК08					+			+		+				+																									+
ЗК09				+		+		+					+																										+
ЗК10		+	+									+					+			+	+												+			+	+	+	
ЗК11												+			+					+					+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	
ЗК12					+																					+	+	+	+					+	+	+	+	+	
ЗК13		+	+		+										+															+				+			+	+	
ЗК14					+																									+				+				+	
ЗК15	+																+					+												+			+	+	
ФК01																				+				+	+					+					+	+	+		
ФК02													+		+						+							+		+				+		+	+	+	
ФК03																				+			+		+						+					+	+	+	
ФК04												+			+					+	+		+	+		+				+					+	+	+	+	
ФК05															+					+			+	+	+	+			+							+	+	+	
ФК06															+						+							+					+			+	+	+	
ФК07												+						+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+				+	+	+	+	
ФК08																				+		+			+	+	+	+	+	+						+	+	+	
ФК09																				+					+	+	+						+			+	+	+	
ФК10															+		+	+				+	+		+					+				+		+	+		
ФК11												+			+		+			+		+		+	+	+	+	+					+		+	+	+		
ФК12															+							+								+				+			+	+	
ФК13																	+			+					+	+				+				+	+		+	+	
ФК14																				+		+			+	+		+		+				+			+	+	

VI. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОЗП01	ОЗП02	ОЗП03	ОЗП04	ОЗП05	ОЗП06	ОЗП07	ОЗП08	ОЗП09	ОЗП10	ОЗП11	ОПП01	ОПП02	ОПП03	ОПП04	ОПП05	ОПП06	ОПП07	ОПП08	ОПП09	ОПП10	ОПП11	ОПП12	ОПП13	ОПП14	ОПП15	ОПП16	ОПП17	ОПП18	ОПП19	ОПП20	ОПП21	ОПП22	ОПП23	ОПП24	ОПП25	ОПП26
ПРН01	+													+																					+	+	
ПРН02									+	+	+																								+	+	
ПРН03	+		+									+								+		+			+										+	+	+
ПРН04		+	+	+		+		+				+	+				+				+	+											+	+	+	+	
ПРН05				+		+	+					+	+		+	+					+	+		+	+	+		+	+					+	+	+	
ПРН06				+		+	+	+				+	+		+		+				+	+				+		+				+		+	+	+	
ПРН07		+				+						+	+								+	+		+					+		+			+	+	+	
ПРН08								+			+	+		+							+	+				+							+	+	+	+	
ПРН09							+						+										+					+				+			+	+	
ПРН10							+						+								+			+		+					+				+	+	
ПРН11				+		+						+	+		+												+						+	+	+	+	
ПРН12					+																+								+	+		+			+	+	
ПРН13			+											+		+					+			+	+	+	+						+		+	+	
ПРН14				+	+			+									+	+	+	+	+									+					+	+	
ПРН15		+						+			+						+	+	+	+	+						+						+		+	+	
ПРН16																+		+	+	+	+				+			+		+					+	+	
ПРН17	+							+	+								+							+		+							+		+	+	
ПРН18					+			+		+								+	+	+	+														+	+	
ПРН19					+																								+			+	+		+	+	
ПРН20	+							+	+								+								+		+				+				+	+	

Використані джерела

1. Закон України “Про освіту” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон “Про вищу освіту” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Рівні Національної рамки кваліфікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
4. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 05.12.2018 № 1343.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648).
7. Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз’яснень стосовно освітніх програм».
8. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 10 травня 2018 р. № 347).
9. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти»

**ОПИСИ ДИСЦИПЛІН
ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА
Дисципліни загальної підготовки**

ПОЛІТИЧНА ЕКОНОМІЯ (в т.ч. громадянське суспільство)

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Перший
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *уміло використовувати* понятійний апарат та економічну термінологію для аналізу закономірностей функціонування економічної системи; *уміти* абстрактно мислити, *застосовувати* аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем; *усвідомлювати* цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства; асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти; *аналізувати* процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних відносин; *розраховувати* основні показники економічного розвитку та соціально-економічної ефективності виробничих процесів; *пояснювати* механізм реалізації економічної політики держави та функціонування світового господарства на рівні базових категорій; *характеризувати* роль організацій громадянського суспільства в соціально-економічному розвитку країни; *оцінювати* результативність та ефективність сталого розвитку громадянського суспільства в умовах соціально-економічних змін.

Зміст навчальної дисципліни. Економічна система та закони її розвитку. Еволюція громадянського суспільства та етапи його формування. Форми організації суспільного виробництва. Відносини власності. Гроші та грошові системи. Капітал і наймана праця. Ринок, його суть і функції. Моделі громадянського суспільства. Підприємство та підприємництво. Витрати виробництва і прибуток. Галузеві особливості виробництва і функціонування капіталу. Держава та її економічні функції. Державність та громадянське суспільство. Демократія, економічна свобода та економічний порядок. Теорії суспільного добробуту. Суспільне відтворення. Розподіл національного доходу. Зайнятість, відтворення робочої сили та їх регулювання державою. Соціалізація громадянського суспільства. Інтелектуальна активність у громадянському суспільстві. Світове господарство та форми міжнародних економічних відносин. Проблеми функціонування громадянського суспільства у світлі глобальних проблем сучасності.

Пререквізити – викладається у першому семестрі.

Кореквізити – Макроекономіка, Мікроекономіка, Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудова відносини.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням наочних методів комп'ютерного моделювання, наочних методів (слайдів), пояснення, бесіди); практичні заняття (з використанням практикумів, ситуаційних вправ, дискусій), самостійна робота (індивідуальне завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, презентація результатів виконання індивідуального завдання, письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 1 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Економічна теорія: Політекономія: підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – 3-тє вид., перероблене і доповнене. – К.: Знання-Прес, 2007. – 615 с.
2. Економічна теорія. Політекономія : підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – К.: Знання, 2012. – 206 с.
3. Федоренко В. Г. Політична економія: підручник / В.Г. Федоренко. – 2-ге вид. – К.: Алерта, 2015. – 487 с.
4. Основи демократії: підручник / за ред. А.Ф.Колодій. – Львів. Астролябія, 2009. - 832с.
5. Розвиток громадянського суспільства України в умовах внутрішніх і зовнішніх викликів / В. М. Яблонський, О. М. Балакірева, Т. В. Бельська [та ін.]; за ред. О. А. Корнієвського. – К.: НІСД, 2016. – 72 с
6. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
7. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
8. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладачі: кандидат економічних наук, доцент Мейш А.В., кандидат економічних наук, доцент Бушовська Л.Б.

МАКРОЕКОНОМІКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна

Результати навчання Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло досліджувати тенденції та закономірності функціонування економіки за допомогою інструментарію макроекономічного аналізу; уміти пояснювати базові концепції макроекономіки і давати оцінку ефективності використання інструментів економічної політики держави; розраховувати показники системи національних рахунків, рівня життя населення та динаміки сталого розвитку економіки; застосовувати аналіз і синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем; визначати динаміку змін інфляції, безробіття, циклічних коливань; застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності ринкових суб'єктів з урахуванням ринкової кон'юнктури.

Зміст навчальної дисципліни Макроекономіка як наука. Макроекономічні показники в системі національних рахунків. Товарний ринок. Споживання домогосподарств. Приватні інвестиції. Модель мультиплікатора та акселератора. Макроекономічна рівновага та її моделі. Сукупні витрати та рівновага товарного ринку. Грошовий ринок та монетарна політика. Ринок праці. Фіскальна політика держави. Інфляційний механізм. Циклічні коливання та циклічність розвитку економіки. Економічна динаміка та економічне зростання. Зовнішньоекономічна діяльність.

Пререквізити – Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство).

Кореквізити – Мікроекономіка, Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудова відносини.

Запланована навчальна діяльність лекцій – 36 год., практичні заняття – 36 год., самостійна робота – 78 год., разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів комп'ютерного моделювання, наочних методів (слайдів), пояснення, бесіди); практичні заняття (з використанням практикумів, рішення задач, ситуацій вправ, дискусій), самостійна робота (індивідуальне завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, презентація результатів виконання індивідуального завдання, письмове опитування (тестування), захист курсової роботи.

Вид семестрового контролю: іспит, курсова робота – 2 семестр

Навчальні ресурси:

1. Базилевич В.Д. Макроекономіка: підручник / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик. – К.: Знання, 2007. – 851 с.
2. Гронтковська Г.Е. Макроекономіка : навч. посібник / Г.Е. Гронтковська, А.Ф. Косік. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 672с.
3. Макроекономіка: навч. посіб. / за ред. М.І. Макаренко. - К.: Центр учбової літератури, 2017. – 216 с.
4. Макроекономіка та макроекономічна політика : навч. посібник / за ред. А.Ф. Мельник. – К. : Знання, 2008. – 699 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Любохинець Л.С.

МІКРОЕКОНОМІКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Третій
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: знати і *використовувати* економічну термінологію та володіти методологією визначення основних показників динаміки розвитку організацій; *застосовувати* аналіз і синтез для виявлення ключових характеристик особливостей поведінки суб'єктів економічної системи; уміти *інтерпретувати* виробничу функцію для обґрунтування управлінських рішень на основі використання необхідного аналітичного та методологічного інструментарію; використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур; проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, розраховувати відповідні показники результативності їх діяльності.

Зміст навчальної дисципліни. Предмет і метод мікроекономіки. Корисність економічного блага. Економічний вибір. Аналіз поведінки споживача. Попит та пропозиція. Теорія еластичності. Теорія граничних продуктів та мікроекономічна модель фірми. Витрати виробництва. Ринок досконалої конкуренції. Монопольний ринок. Ринок монополістичної конкуренції. Олігополістична структура ринку. Ринки факторів виробництва, праці та капіталу. Економічна ефективність та добробут. Держава в мікроекономічній теорії: зовнішні ефекти та суспільні блага.

Пререквізити – Макроекономіка, Навчальна практика, Логістична інфраструктура товарного ринку, Основи підприємництва, Політекономія (в т.ч. громадянське суспільство)

Кореквізити – Інформаційні системи у професійній діяльності, Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування, Фінанси підприємств.

Запланована навчальна діяльність: лекцій – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів комп'ютерного моделювання, наочних методів (слайдів), пояснення, бесіди); практичні заняття (з використанням практикумів, рішення задач, ситуацій вправ, дискусій), самостійна робота (індивідуальне завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, презентація результатів виконання індивідуального завдання, письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 3 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Мікроекономіка: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. - К.: Знання, 2007. – 677 с.
2. Економічна теорія. Мікроекономіка : підручник / За ред.. В.М. Тарасевича. – К.: Знання, 2012. – 134 с.
3. Косік А.Ф. Мікроекономіка: навч. посібник / А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковська. – К.: Центр учбової літератури, 2008.- 438 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладачі: кандидат економічних наук, доцент Мороз С.В.

ВИЩА ТА ПРИКЛАДНА МАТЕМАТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Перший, другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	8,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *вміло використовувати* понятійний апарат вищої та прикладної математики для розв'язання практичних завдань у професійній діяльності; *складати та аналізувати* математичні моделі за допомогою отриманих аналітико-дослідницьких компетенцій для проведення маркетингових досліджень; *розраховувати* економічні та маркетингові показники за допомогою математичного інструментарію; *оцінювати* ризики провадження маркетингової діяльності за допомогою відповідних математичних методів; *встановлювати* рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень; *здійснювати* асимптотичні оцінки; вправно *зводити* практичну задачу до математичної моделі.

Зміст навчальної дисципліни

Елементи лінійної та векторної алгебри. Аналітична геометрія. Вступ до математичного аналізу. Диференціальне числення. Інтегральне числення. Диференціальні рівняння. Ряди. Теорія ймовірностей та математична статистика.

Преквізити – Статистика, Економічна інформатика.

Кореквізити – Економіко-математичні методи та моделі, Інформаційні системи у професійній діяльності.

Запланована навчальна діяльність: лекцій – 70 год., практичних занять – 70 год., самостійної роботи – 100 год., разом – 240 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням інформаційних технологій), самостійна робота (індивідуальні домашні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, теоретичне опитування, письмове опитування (тестування, контрольні та самостійні роботи), захист індивідуальних домашніх завдань.

Вид семестрового контролю: залік – 1 семестр, іспит – 2 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Вища математика: підручник для студентів економічних напрямків підготовки / за заг. ред. В.С. Пономаренка. – Харків: Фоліо, 2014. – 669 с.
2. Бубняк Т.І. Вища математика: навч. посібник / Т.І. Бубняк – Львів: «Новий світ-2000», 2007. – 436 с.
3. Рудницький В.Б. Вища математика: навч. посібник / В.Б. Рудницький, А.О. Рамський, М.М. Діхтярук. – Хмельницький: ХНУ, 2017. – 438 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Курієнко О.В.

ЕКОНОМІЧНА ІНФОРМАТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Перший
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло користуватися різними апаратними складовими комп'ютера; використовувати онлайн додатки для швидкої роботи; *володіти* персональним комп'ютером та відомими пошуковими системами, сучасними технологіями створення електронних документів; навичками користування програмними та апаратними засобами комп'ютерного комплексу; *застосовувати* набуті знання та орієнтуватися в графічному середовищі операційної системи, онлайн додатків при виконанні типових файлових операцій, створенні інформаційних сховищ, різних типів електронних документів для різних сфер маркетингової діяльності; надавати економічну інтерпретацію одержаним результатам.

Зміст навчальної дисципліни. Інформація та інформаційні технології. Апаратне забезпечення інформаційних технологій. Програмне забезпечення. Сучасні операційні системи. Організація і призначення файлової системи. Структура і функціонування глобальної мережі Інтернет. Створення і редагування простих текстових документів. Використання складного форматування в текстових документах. Використання рисунків, формул, колонтитулів та виносок в документах. Засоби структуризації текстових документів. Підготовка даних електронних таблиць. Організація обчислень в електронних таблицях. Графічне подання даних електронних таблиць. Засоби моделювання в електронних таблицях. Аналіз даних в електронних таблицях. Створення презентацій. Створення простих баз даних.

Пререквізити – викладається у першому семестрі.

Кореквізити – Вища та прикладна математика, Економіко-математичні методи та моделі, Інформаційні системи у професійній діяльності.

Запланована навчальна діяльність лекції – 34 год., лабораторні заняття –34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: словесні (лекція, розповідь, пояснення, інструктаж, дискусія), практичні (лабораторна робота, індивідуальні завдання), наочні (демонстрація зразків діяльності, демонстрація слайдів, ілюстрація навчального матеріалу).

Форми оцінювання результатів навчання: захист лабораторних робіт, порт фоліо лабораторних робіт; усне опитування, тестування, контрольні роботи, захист лабораторних робіт.

Вид семестрового контролю: іспит – 1 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Клименко О.Ф., Головка Н.Р., Шарапов О.Д. Інформатика та комп'ютерна техніка: навч.-метод. посібник / За заг. ред. О.Д. Шарапова. — К.: КНЕУ, 2012. – 534 с.
2. Дибкова Л.М. Інформатика та комп'ютерна техніка: посібник для студентів вищих навчальних закладів. — К.: Видавничий центр “Академія”, 2009. – 416 с.
3. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>
4. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1page_lib.php.

Викладачі: кандидат економічних наук, доцент Мазарчук А.Ю.,
кандидат економічних наук, старший викладач Дупляк О.М.

СТАТИСТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Перший
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни повинен: *визначати* та *узагальнити* методи збору, статистичного вимірювання, обробки та аналізу маркетингової інформації, *використовувати* статистичну документацію у професійній діяльності, *розраховувати* економічні та маркетингові показники за допомогою статистичних методів, обґрунтовувати управлінські рішення в сфері маркетингу на основі використання необхідного аналітичного й методичного статистичного інструментарію, *встановити* закономірності формування, розвитку і взаємодії складних маркетингових систем, *використовувати* програмні продукти з курсу, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Зміст навчальної дисципліни. Методологічні засади статистики. Статистичне спостереження. Зведення і групування статистичних даних. Подання статистичних даних. Узагальнюючі статистичні показники. Аналіз рядів розподілу. Вибіркове спостереження. Аналіз взаємозв'язку між явищами. Аналіз інтенсивності динаміки. Аналіз тенденцій розвитку та коливань. Індексний метод.

Пререквізити – викладається у першому семестрі.

Кореквізити – Вища та прикладна математика, Економіко-математичні методи та моделі, Інформаційні системи у професійній діяльності.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 17 год., самостійна робота – 99 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: словесні (розповідь, бесіда, пояснення), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрація навчального матеріалу, показ слайдів, демонстрація практичних прийомів виконання робіт)

Форми оцінювання результатів навчання: письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю – іспит – 1 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Опря А. Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань) : навч. посібник – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
2. Курс лекцій з дисципліни «Статистика» / О.В. Мізіна. – Донецьк : ДоНТУ, 2010. – 134 с.
3. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
4. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Бобровник В. М.

ОСНОВИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (<i>бакалаврський</i>)
Мова викладання	Українська
Семестр	Сьомий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *використовувати* понятійний апарат з основ наукових досліджень; організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері маркетингу; *обирати та використовувати* відповідні методи, інструментарій для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування маркетингових структур; *виявляти* навички самостійної роботи в науковій діяльності; *демонструвати* навички використання інформаційних і комунікаційних технологій в процесі наукових досліджень; *розраховувати* ефект від впровадження результатів досліджень.

Зміст навчальної дисципліни. Роль та завдання науки при переході до ринкової економіки. Теоретичні основи наукових досліджень. Основи системного підходу у науковому пізнанні. Організація науково-дослідної роботи. Методологія наукового дослідження. Методика здійснення наукового дослідження в економіці. Наукові та науково-педагогічні кадри. Раціональна організація праці в процесі наукового дослідження. Інформаційне забезпечення наукових досліджень. Бібліотечно-бібліографічні джерела інформації. Систематизація результатів економічного дослідження. Ефективність науково-дослідних робіт. Загальні вимоги та правила оформлення науково-дослідної роботи студентів.

Пререквізити – Виробнича практика, Маркетингові дослідження.

Кореквізити – Атестаційний екзамен.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 17 год., самостійна робота – 99 год.; разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання, реферат).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 7 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Бірта Г. О. Методологія і організація наукових досліджень : навч. посіб. / Г. О. Бірта, Ю.Г. Бургу. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 142 с.
2. Зацерковний В. І. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / В. І. Зацерковний, І. В. Тішаєв, В. К. Демидов. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя. – 2017. – 236 с.
3. Краус Н.М. Методологія та організація наукових досліджень: навчально-методичний посібник / Н.М. Краус. – Полтава: Оріяна, 2012. – 183 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладачі: кандидат економічних наук, доцент Решміділова С.Л.

ПРАВОЗНАВСТВО (В Т.Ч. ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО)

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Перший
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен вміти: *асоціювати* себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти; *визнавати* верховенство права, зокрема у професійній діяльності; *розуміти і вміти користуватися* власними правами і свободами; *виявляти* повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу, *діяти* соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості; *відповідати* за результати своєї діяльності; *виявляти* навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Зміст навчальної дисципліни. Конституційне право України. Адміністративне право. Цивільне право. Трудове право. Кримінальне право. Правове становище підприємства. Правовий статус господарських товариств. Господарсько-договірне зобов'язання та відповідальність за його порушення. Захист прав і законних інтересів суб'єктів господарювання.

Пререквізити – викладається у першому семестрі.

Кореквізити – Основи підприємництва, Навчальна практика.

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

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); усне опитування, тестування, контрольна робота, самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: залік – 1 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Берлач А.І. Правознавство : підручник / А.І. Берлач, С.С. Бичкова, Д.О. Карпенко та ін. – 2-ге вид. – К. : Правова єдність, 2009. – 792с .
2. Кравчук С.Й. Господарське право : навч. посібник / С.Й. Кравчук. – К. : Кондор, 2009. – 268 с.
3. Щербина В.С. Господарське право : підручник / В.С. Щербина.– К. : Юрінком, 2014. – 656 с.
- 4 Правознавство : підручник / за ред. В.В. Копейчикова . –7-ме вид. –К. : Юрінком Інтер, 2013. – 462с.
5. Правознавство : навч. посібник / за ред. П.Д. Пилипенка. – Львів : Новий світ-2000, 2003. – 592 с.
6. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
7. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
8. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат юридичних наук, доцент Кравчук С.Й.

ФІЛОСОФІЯ (В Т.Ч. ЛОГІКА, ЕТИКА, ЕСТЕТИКА)

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	4,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *вміло формулювати та розв'язувати* проблеми світоглядно-філософського характеру; *визначати* смисложиттєві проблеми; *характеризувати* основні підходи до розуміння буття; *досліджувати* форми та методи пізнання; *втілювати* духовно-ціннісні пріоритети; *концептуалізувати* основні засади логіки, етики та естетики як філософських наук; *володіти* категоріальним апаратом філософії логікою та методологією науково-дослідницького пізнання; *володіти* аналітичним мисленням у роботі із інформаційними даними; *виявляти* навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним; *асоціювати* себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти; *визнавати* верховенство права; *розуміти і вміти користуватися* власними правами і свободами; *виявляти* повагу до прав і свобод інших особистостей, зокрема, членів колективу; *відтворювати* моральні, культурні, наукові цінності; *пропагувати* ведення здорового способу життя.

Зміст навчальної дисципліни.

Філософія і її роль у суспільстві. Онтологія (теорія буття). Гносеологія (теорія пізнання). Аксиологія (теорія цінностей). Соціальна філософія (теорія суспільства) (Громадянське суспільство: закони функціонування та регулятивні механізми). Філософія політики і політична філософія (Громадянські пріоритети та політичні інтереси). Естетика і філософія мистецтва. Філософія освіти (Культуротворчий потенціал освіти). Філософія релігії як галузь релігієзнавства (Світові релігії).

Пререквізити – викладається у першому семестрі.

Кореквізити – Економіка праці і соціально-трудові відносини, Маркетинг.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 18 год., практичні заняття – 36 год., самостійна робота – 66 год., разом – 120 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації), практичні заняття (розгляд ситуацій, дискусія), самостійна робота (індивідуальні завдання, реферування).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), захист індивідуального завдання, самоконтроль.

Вид семестрового контролю: – залік – 2 семестр.

Навчальні ресурси:

Навчальні ресурси:

1. Мудраков В.В. Теоретична філософія : навч. посіб. / В.В. Мудраков, О.С. Поліщук. – Хмельницький, 2018. – 162 с.
2. Петрук Н.К. Філософія : навч. посібник / Н.К. Петрук, А.Б. Борканюк. – Хмельницький : ХНУ, 2012. – 283 с.
3. Конверський А.Є. Логіка (традиційна та сучасна) : підручник / А.Є. Конверський. – К. : Центр учбов. літ., 2008. – 536 с.
3. Левчук Л.Т. Естетика : підручник / Л.Т. Левчук, Д.Ю. Кучерюк, В.І. Панченко. – К. : Вища школа, 2010. – 520 с.
4. Малахов В.А. Етика. Курс лекцій : навч. посібник. – 6-те вид. / В.А. Малахов. – К. : Либідь, 2006. – 384 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/pl1age_lib.php.

Викладачі: доктор філософських наук., професор Петрук Н.К.;
кандидат філософських наук, доцент Мудраков В.В.

ІНОЗЕМНА МОВА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Англійська
Семестр	Перший, другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	6,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: передавати зміст практичної проблеми у сфері маркетингової діяльності іноземною мовою; демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації іноземною мовою в сфері маркетингу; пояснювати інформацію, ідеї та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям іноземною мовою; розв'язувати комунікативні завдання у маркетинговій діяльності з урахуванням соціокультурних і соціолінгвістичних аспектів мови, яка вивчається; використовувати автентичний іншомовний матеріал з метою самоосвіти і в професійних цілях; виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Зміст навчальної дисципліни. 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.

Пререквізити – викладається у першому семестрі.

Кореквізити – Економіко-математичні методи та моделі, Інформаційні системи у професійній діяльності, Маркетинг.

Запланована навчальна діяльність: практичні заняття – 88 год., самостійна робота – 92 год., разом – 180 год.

Форми (методи) навчання: практичні заняття (з використанням тренінгів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: презентація результатів виконання індивідуальних завдань; усне та письмове опитування (тестування); контрольна робота.

Вид семестрового контролю: залік – 1, іспит – 2 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Cotton D., Falvey D, Kent S. Market Leader. Business English Course Book. (pre-intermediate). – Pearson Education Limited, 2012. – 175 p.
2. Rogers J. Market Leader. Business English Practice File (pre-intermediate). – Pearson Education Limited, 2012. – 97 p.
3. Mascull B. Market Leader. Business English Teacher's Resource Book (pre-intermediate). – Pearson Education Limited, 2012. – 215 p.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладачі: кандидат філологічних наук, доцент Давидюк Ю.Б.

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий-четвертий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	Позакредитна
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *застосовувати* знання з основ організації і методики найбільш ефективних видів і форм раціональної рухової діяльності на практиці у своїй фізичній діяльності; *організувати* щоденні заняття фізичними вправами у різноманітних раціональних формах; *забезпечити* фізичне тренування з оздоровчою або спортивною спрямованістю; *забезпечити* професійно-прикладну психофізичну підготовку.

Зміст навчальної дисципліни. Традиційні і нетрадиційні засоби і методи фізкультурної освіти та фізичного удосконалення.

Пререквізити – відсутні.

Кореквізити – Маркетингові дослідження, Практика і технологія продажів.

Запланована навчальна діяльність: практичні заняття – 140 год., разом – 340 год.

Форми (методи) навчання: практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів, наочних вправ).

Форми оцінювання результатів навчання: здача нормативів; усне опитування, тестування, захист індивідуальних завдань.

Вид семестрового контролю: залік – 2, 4 семестри.

Навчальні ресурси:

1. Теория и методика физического воспитания / Под ред. Т.Ю. Круцевич: В 2-х томах. – К.: Олимпийская литература, 2003.
2. Раевский Р.Т. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов технических вузов: учеб. пособ. – М.: Высшая школа, 1985. – 136 с.
3. Волков Л.В. Физические способности детей и подростков. – К.: Здоров'я, 1981. – 20 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладачі кафедри фізичного виховання.

Дисципліни професійної та практичної підготовки

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тип дисципліни

Освітній рівень

Мова викладання

Семестр

Кількість встановлених кредитів ЄКТС

Форми навчання, для яких викладається дисципліна

Обов'язкова

Перший (бакалаврський)

Українська

Третій

5,0

Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *знати та використовувати* понятійний апарат у практичній діяльності підприємств; *розв'язувати* спеціалізовані задачі та практичні проблеми з ефективного використання ресурсів підприємства; *здійснювати розрахунки* вартісних показників операційної діяльності підприємства; *обґрунтовувати* аналітичні висновки щодо формування ресурсного забезпечення підприємства; *визначити* ефективність, конкурентоспроможність підприємства, *володіти* практичними навичками оцінки цих параметрів.

Зміст навчальної дисципліни. Підприємство як суб'єкт господарювання; формування програми виробництва продукції та її реалізації, визначення виробничої потужності (пропускної спроможності) підприємства; визначення складових ресурсного потенціалу підприємства та шляхів його ефективного використання; персонал підприємства, продуктивність і оплата праці; формування та використання майнових ресурсів; формування фінансових ресурсів; формування економічних результатів господарсько-фінансової діяльності підприємства; оцінка ефективності господарської діяльності, конкурентоспроможності підприємства; сутність фінансового стану підприємства, його складові та методи оцінки.

Пререквізити – Макроекономіка, Паблік рилейшнз, Навчальна практика.

Кореквізити – Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування, Маркетинг.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійної роботи – 82 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, дискусій, розглядом і обговоренням виробничих ситуацій).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування, тестування в MOODLE, захист курсової роботи.

Вид семестрового контролю: іспит, курсова робота – 3 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник / І.М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378с.
2. Гетьман О.О., Шаповал В.Н. Економіка підприємства: навч. посібник / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К: Центр учбової літератури, 2010. – 488с.
3. Економіка підприємства. Практикум до самостійного вивчення дисципліни для студентів економічних спеціальностей / В.М. Полозова, А.Б. Грушевицька. – Хмельницький: ХНУ, 2008. – 195с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Полозова В.М.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (<i>бакалаврський</i>)
Мова викладання	Українська
Семестр	Третій
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/ дистанційна

Результати навчання Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *абстрактно мислити, аналізувати та поєднувати* основні категорії економіко-математичного моделювання; *оцінювати* ризики провадження маркетингової діяльності; *встановлювати* рівень невизначеності маркетингового середовища у прийнятті управлінських рішень; *застосовувати* інформаційні і комунікаційні технології для вирішення оптимізаційних та економетричних задач; *формулювати* оптимізаційну та економетричну модель для проведення маркетингових досліджень; *обирати й застосувати* найбільш вдалий метод їх вирішення для різних сфер маркетингової діяльності; надавати економічну інтерпретацію одержаним результатам.

Зміст навчальної дисципліни. Концептуальні аспекти математичного моделювання економіки. Аналіз та управління ризиком в економіці. Оптимізаційні економіко-математичні моделі. Задача лінійного програмування та методи її розв'язування. Теорія двоїстості та аналіз лінійних моделей оптимізаційних задач. Цілочислове програмування. Нелінійні оптимізаційні моделі економічних систем. Транспортна задача та методи її розв'язання. Принципи побудови економетричних моделей. Парна лінійна регресія. Лінійні моделі множинної регресії. Узагальнені економетричні моделі.

Пререквізити – Вища та прикладна математика, Статистика, Економічна інформатика.

Кореквізити – Інформаційні системи у професійній діяльності, Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування, Маркетинг.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., лабораторні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год.; разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); лабораторні заняття (з використанням методів комп'ютерного моделювання, тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист лабораторних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 3 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Геєць В.М. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: підручник / В.М. Геєць, Т.С. Клебанова, О.І. Черняк, В.В. Іванов та ін. – 2-е вид., виправ. – Харків : ВД «Інжек», 2008. – 396 с.
2. Вовк В. М. Оптимізаційні моделі економіки : навч. посібник / В. М. Вовк, Л. М. Зомчак. – Львів : ЛНУ імені Франка, 2011. – 320 с.
3. Клебанова Т. С. Математичні методи і моделі ринкової економіки: навч. посібник / Т. С. Клебанова, М. О. Кизим, О. І. Черняк та ін. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 456 с.
4. Малярець Л. М. Економіко-математичні методи та моделі : навч. посібник / Л. М. Малярець. – Харків: Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 412 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Проскурів О.В.

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ І СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Третій
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен вміло: *демонструвати* знання і розуміння теоретичних основ економіки праці та соціально-трудових відносин при провадженні маркетингової діяльності; *аналізувати і прогнозувати* ринкові явища щодо відтворення трудових ресурсів, трудового потенціалу на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок у сфері економіки праці та соціально-трудових відносин; *збирати та аналізувати* необхідну інформацію щодо функціонування ринку праці, обґрунтовувати управлінські рішення щодо його регулювання; *застосовувати* набуті теоретичні знання з розробки політики доходів і оплати праці для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *виявляти* навички самостійної роботи проведенні моніторингу соціально-трудої сфери, гнучкого мислення при плануванні праці, відкритості до нових знань, бути критичним та самокритичним; *застосовувати* інноваційні підходи щодо удосконалення соціально-трудових відносин з урахуванням змін ринкового середовища.

Зміст навчальної дисципліни. Об'єкт, предмет і завдання дисципліни. Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства. Соціально-трудові відносини як система. Соціальне партнерство. Ринок праці та його регулювання. Соціально-трудові відносини зайнятості. Організація і нормування праці. Продуктивність та ефективність праці. Політика доходів і оплата праці. Планування праці. Аналіз, звітність, аудит у сфері праці. Моніторинг соціально-трудої сфери як інструмент регулювання й удосконалення соціально-трудових відносин. Міжнародна організація праці та її вплив на розвиток соціально-трудових відносин.

Пререквізити – Макроекономіка, Навчальна практика, Філософія (в т.ч. логіка, етика, естетика).

Кореквізити – Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування, Фінанси підприємств, Маркетинг.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування, контрольна робота), захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: іспит – 3 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Економіка праці і соціально-трудові відносини : навч. посібник / М. Д. Ведерніков [та ін.]. – Л. : Новий світ–2000, 2012. – 869 с.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручник / О. А. Грішнова. – 4-те вид. – К. : Знання, 2009. – 390 с.
3. Пашенко І. Н. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібник / І. Н. Пашенко. – Л. : Магнолія–2006, – 2009. – 260 с.
4. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА–М, 2010. – 695 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php

Викладачі: кандидат економічних наук Мантур – Чубата О. С.,
кандидат економічних наук Зелена М. І.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Освітній рівень	Перший (<i>бакалаврський</i>)
Мова викладання	Українська
Семестр	Четвертий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *впорядкувати* бухгалтерські записи за основними господарськими операціями, які відбуваються на підприємстві; *виявляти* навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним; *організувати* роботу по веденню синтетичного та аналітичного обліку; *відповідати* за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи; *виконувати* функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення; *заповнювати* форми фінансової звітності; *відповідати* вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Зміст навчальної дисципліни. Загальна характеристика бухгалтерського обліку, його предмет і метод. Бухгалтерський баланс. Рахунки бухгалтерського обліку і подвійний запис. Оцінювання та калькуляція. Документація та інвентаризація. Техніка і форми бухгалтерського обліку. Облік необоротних активів. Облік запасів. Облік грошових коштів і дебіторської заборгованості. Облік фінансових інвестицій. Облік власного капіталу. Облік зобов'язань. Облік праці, її оплати та соціального страхування персоналу. Облік витрат діяльності підприємства. Облік доходів і фінансових результатів. Фінансова звітність.

Пререквізити – Мікроекономіка, Економіко-математичні методи та моделі, Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудова відносини.

Кореквізити – Практика і технологія продажів, Фінанси підприємств, Маркетинг закупівель.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 36 год., практичні заняття – 36 год., самостійна робота – 78 год., разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням методів комп'ютерного моделювання, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання контрольних робіт; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 4 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Азаренкова Г.М., Самородова Н.М. Бухгалтерський облік. Київ: Знання, 2014, 415 с.
2. Білуха М.Т. Теорія бухгалтерського обліку. Київ: Київський державний торговельно-економічний ун-т, 2010, 692с.
3. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік. Житомир: ПП «Рута», 2013, 726 с.
4. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України. Підручник для студ. вищ. навч. закл. екон. спец. – К.: А.С.К., 2010. – 784 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладачі: кандидат економічних наук, доцент Гуменюк А.Ф.,
кандидат економічних наук, старший викладач Ємчук Л.В.

ФІНАНСИ І БАНКІВСЬКА СПРАВА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Четвертий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло застосовувати набуті теоретичні знання в області фінансової науки та фінансових категорій для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; пояснювати інформацію, ідеї, та проблемні варіанти прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу відносно діючої фінансової політики та права, податкової та бюджетної системи; збирати та аналізувати необхідну інформацію на фінансовому ринку для розрахунку економічних та маркетингових показників; демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід у сфері маркетингу відносно аналізу послуг та операцій комерційного банку, формування його ресурсів та використання нетрадиційних банківських послуг.

Зміст навчальної дисципліни. Предмет фінансової науки. Фінансові категорії. Фінансове право і фінансова політика. Податки та податкова система. Бюджет. Бюджетна система. Страхування і страховий ринок. Фінансовий ринок. Характеристика банку, послуги й операції комерційного банку. Формування ресурсів комерційного банку. Нетрадиційні банківські операції та послуги.

Пререквізити – Мікроекономіка, Економіко-математичні методи та моделі, Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудова відносини.

Кореквізити – Фінанси підприємств, Маркетинг закупівель, Виробнича практика.

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

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; колоквіум, письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 4 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Іжевський П.Г. Фінанси: навч. посіб. / П.Г. Іжевський, О.В. Кошонько. – Львів: «Магнолія 2006», 2013. – 373 с.
2. Копилюк О.І. Банківські операції : навч. посіб. / О.І. Копилюк, О.М. Музичка. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
3. Ярошевич Н.Б. Фінанси: навч. посіб. / Н.Б. Ярошевич, І.Ю. Кондрат, М.В. Ливдар. – Львів: Видавництво «Простір-М», 2018. – 298 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php

Викладач: доктор економічних наук, доцент Іжевський П.Г.

МАРКЕТИНГ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Четвертий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *демонструвати* знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; *аналізувати* і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності; *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *збирати* та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; *виявляти* й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; *визначати* функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності; *відповідати* вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

Зміст навчальної дисципліни. Сучасні проблеми маркетингу. Види маркетингу та їх характеристики. Комплекс маркетингу. Основні категорії маркетингу. Концепції маркетингу. Еволюція економічної теорії як чинник виникнення та розвитку теорії маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу в Україні. Формування теорії маркетингу. Теорія маркетингової політики розподілу. Теорія маркетингових комунікацій. Засади маркетингового ціноутворення. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень. Ризики в маркетингу.

Пререквізити – Мікроекономіка, Економіко-математичні методи та моделі, Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудові відносини.

Кореквізити – Маркетинг закупівель, Маркетингові дослідження, Практика і технологія продажів.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 36 год., практичні заняття – 36 год., самостійна робота – 78 год.; разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; захист курсової роботи; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: курсова робота, іспит – 4 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Ковальчук С.В. Маркетинг : навч. посібник / С.В. Ковальчук. – Львів : Новий Світ - 2000, 2010. – 679 с.
2. Ковальчук С.В. Маркетингова цінова політика : навч. посібник / С.В. Ковальчук, І.В. Гвоздецька, С.М. Синиця. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2011. – 352 с.
3. Чухрай Н. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами : монографія / Н. Чухрай, Я. Криворучко. – Львів : “Растр-7”, 2008. – 360 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: доктор економічних наук, професор Ковальчук С.В.

МЕНЕДЖМЕНТ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Шостий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, має бути здатним: *демонструвати* знання теорій, методів і функцій менеджменту, *демонструвати* навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень, *проявляти* навички організаційного проектування, мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації, *демонструвати* навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації, *застосовувати* методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. *демонструвати* навички групової взаємодії та лідерства; *оцінювати* правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Розвиток теорії та практики менеджменту. Процес управління, основні функції та принципи управління. Планування як загальна функція менеджменту. Організаційна діяльність та ефективна побудова сучасної організації. Функція мотивування – розвиток та сучасне розуміння. Процес контролювання та значення управлінського контролю. Методи й технології сучасного менеджменту. Об'єднуючі процеси та їх значення в реалізації управлінської діяльності. Інформаційні системи і комунікації. Керівництво й лідерство – процеси взаємодії, відповідальності та етики в діяльності керівників. Управління конфліктами і стресами. Управлінські рішення та підходи щодо їх оптимізації. Проблеми відповідальності та управлінської етики. Організаційні зміни, організаційний розвиток та ефективне управління змінами. Ефективність менеджменту.

Пререквізити – Маркетингові дослідження, Практика і технологія продажів, Маркетинг.

Кореквізити – Виробнича практика, Логістика, Основи наукових досліджень.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота - 82 год., разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні (розгляд ситуацій, дискусія, робота в малих групах, рольові та ділові ігри, практичні вправи), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, контрольна робота.

Вид семестрового контролю іспит – 6 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Кузьмін О.Є. Менеджмент : навч. посібник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, Н.Я. Петришин. – К. : Академвидав, 2012. – 296 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; Пер. с англ. М.А. Майорова и др. – М. : Дело, 2000. – 704 с.
3. Стадник В.В. Менеджмент : підручник / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007. – 472 с.
4. Сучасні концепції менеджменту: навч. посіб. / За ред. Л.І. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: доктор економічних наук, професор Стадник В.В.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	П'ятий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен вміло: *збирати та аналізувати* необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері проведення маркетингових досліджень; *використовувати* засоби маркетингового впливу підприємства на цільові ринки; *оцінювати* ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень на основі проведених маркетингових досліджень; *розробити* опитувальну анкету для проведення маркетингових досліджень; організувати маркетингові дослідження.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність і система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Методи збирання первинної інформації. Дослідження кон'юнктури і місткості ринку. Сегментування ринку. Сегментування ринку. Прогнозні дослідження ринку. Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів. Дослідження поведінки споживачів. Дослідження конкурентоспроможності підприємства. Формування звіту з маркетингових досліджень.

Пререквізити – Фізичне виховання, Інформаційні системи у професійній діяльності, Маркетинг.

Кореквізити – Менеджмент, Виробнича практика.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: виступи на семінарських та практичних заняттях; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування), захист курсової роботи.

Вид семестрового контролю: курсова робота, іспит – 5 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження : підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань. – Дніпропетровськ: НГУ, 2015. – 357 с.
2. Жегус О. В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна; ФОП Іванченко І.С. – Х., 2016. – 237 с.
3. Маркетинг: навч. пос. / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко, Р.В. Бойко та ін.. - Львів: Новий Світ-2000, 2018. - 679с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Бойко Р.В.

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Перший
Кредити встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання. Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *аналізувати* і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності; обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; *виявляти* навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним; *відповідати* за результати своєї діяльності, *виявляти* навички підприємницької та управлінської ініціативи; *демонструвати* відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності; *оцінювати* рівень ризикованості заснування підприємницької справи та визначати напрямки зниження ризику нового бізнесу.

Зміст навчальної дисципліни. Економічна сутність підприємництва. Види та форми підприємництва. Принципи та функції підприємництва. Підприємницьке середовище. Технологія заснування підприємницької справи та організація бізнесу. Економічні ризики у підприємстві. Розвиток підприємницької діяльності. Культура і етика підприємництва.

Пререквізити – Правознавство (в т.ч. господарське право), Іноземна мова.

Кореквізити – Паблік рилейшнз, Навчальна практика, Економіка підприємства.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 17 год., самостійна робота – 99 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: словесні (розповідь, бесіда, пояснення з використанням методів проблемного навчання і візуалізації), практичні (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), розв'язок задач, презентація результатів виконання індивідуального завдання, контрольна робота.

Вид семестрового контролю: іспит – 1 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності: навч. посіб. / З.С. Варналій, В.О. Сизоненко. – К.: Знання України, 2004. – 404 с.
2. Коваленко О.В. Підприємництво та його організаційно-правові засади: навч. посіб. /О.В. Коваленко. – Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. – 400 с.
3. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності: навч. посіб. / С.В. Мочерний, О.А. Устименко, С.У. Чеботар. – К.: Академія, 2001. – 280 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=M.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладач: доктор економічних наук, професор Орлов О.О.

ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНІЙ СФЕРІ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Сьомий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: уміло *аналізувати* і *прогнозувати* ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності на іноземних ринках, *організувати* збір та аналіз необхідної інформації про зовнішні ринки, *розрахувати* економічні показники системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства, *обґрунтувати* управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію для прийняття рішення щодо форм виходу підприємства на зовнішні ринки, *оцінити* ризики провадження маркетингової діяльності на зовнішніх ринках, *відповіdatи* за результати своєї діяльності у сфері зовнішньоекономічної відносин, *виявити* навички підприємницької та управлінської ініціативи при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, *демонструвати* навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами для оформлення міжнародних контрактів.

Зміст навчальної дисципліни. Зовнішньоекономічна діяльність: форми, види та суб'єкти ЗЕД. Стан і головні напрямки розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Система регулювання ЗЕД в Україні. Методи державного регулювання ЗЕД. Тарифне та нетарифне регулювання ЗЕД. Форми виходу суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на зовнішній ринок. Зустрічна торгівля, її види. Посередницькі та орендні операції на зовнішніх ринках. Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом. Організація і техніка підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів. Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу. Ціна товару в міжнародних контрактах купівлі-продажу. Валютні та фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів. Умови платежу. Форми розрахунку. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Пререквізити – Менеджмент, Логістика, Сучасні пакети прикладних програм.

Кореквізити – Атестаційний екзамен, Маркетингові комунікації, Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

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

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, написання статті (тез).

Вид семестрового контролю: іспит – 7 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посібник для студентів ВНЗ / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 791 с.
2. Дахно І.І. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посібник для студентів ВНЗ / І. І. Дахно. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 359 с.
3. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: підручник / О.А. Кириченко. – 2-е вид., переробл. і доп. – К. : Знання, 2008. – 518 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Гвоздецька І.В.

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Четвертий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен вміло: *збирати* та аналізувати необхідну інформацію; *розраховувати* економічні та маркетингові показники; *обґрунтовувати* управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію інформаційних технологій; *використовувати* цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію; *розробити* інформаційну базу та працювати з нею при виконанні конкретних функцій управління маркетингом і торгівлею.

Зміст навчальної дисципліни. Інформація в управлінні маркетинговою діяльністю та її характеристика. Характеристика маркетингових інформаційних систем. Забезпечувальна частина МІС. Використання засобів комп'ютерних комунікацій при вирішенні маркетингових задач. Технологічні засоби реалізації маркетингових моделей. Організація маркетингових досліджень з використанням комп'ютерних технологій обробки інформації. Інформаційна технологія розв'язання задач з дослідження ринку та попиту. Інформаційна технологія розв'язання задач з маркетингового дослідження товару. Інформаційна технологія розв'язання задач з розрахунку цін на товари.

Пререквізити – Економіко-математичні методи та моделі, Вища та прикладна математика, Статистика, Економічна інформатика.

Кореквізити – Маркетингові дослідження, Практика і технологія продажів, Маркетинг закупівель, Фінанси підприємств.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 36 год., лабораторні заняття – 36 год., самостійна робота – 78 год.; разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); лабораторні заняття (з використанням методів комп'ютерного моделювання, тренінгів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання, реферат).

Форми оцінювання результатів навчання: захист лабораторних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 4 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Оксанич А.П. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. посібник / А.П. Оксанич, В.Р. Петренко, О.П. Костенко. – К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 320 с.
2. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч. посібник / Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 352 с.
3. Дж. Хили. Статистика. Социологические и маркетинговые исследования. – 6-е изд. / Пер. с англ.; Под ред. А. А. Руденко. – Киев : ООО «ДиаСофтЮП», 2005. – 638 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Лісовський І.В.

ПРАКТИКА І ТЕХНОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	П'ятий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *використовувати* понятійний апарат з практики і технології продажів; *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *демонструвати вміння* застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта; *визначити* потреби і моделі поведінки споживачів; *характеризувати* основні елементи технологій продажу; *обчислити* показники ефективності продажу у класичних торговельних закладах та Інтернет-магазинах; *виявляти й аналізувати* ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; *застосовувати* інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища; *використовувати* у діяльності підприємства сучасні методи продажу та післяпродажного обслуговування споживачів.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність та зміст продажу та фактори впливу на процес ухвалення рішення покупцем. Психологія та моделі поведінки покупців. Місце продажів і організація руху товарів від виробника до споживача. Методики продажу у класичних торговельних закладах. Проектування мережевого продажу продукції. Засоби масової інформації в процесі продажу продукції. Зміст, структура та принципи складання брифів. Техніка успішних продажів. Організація та проведення презентацій продукції. Конфліктні ситуації в процесі продажу та шляхи їх подолання. Ведення ділових переговорів та торгів. Засади створення комерційної розвідки.

Пререквізити – Фізичне виховання, Інформаційні системи у професійній діяльності, Маркетинг, Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування.

Кореквізити – Менеджмент, Фінанси підприємств, Виробнича практика.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), презентація результатів виконання індивідуальних завдань.

Вид семестрового контролю: іспит – 5 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Лукич Р.М. Управление продажами : учебное пособие / Р.М. Лукич. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 256с.
2. Вертоградов В. Управление продажами / В. Вертоградов. – СПб. : Питер, 2005. – 240 с.
3. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
4. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Андрушкевич З.М.

ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	П'ятий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: поєднувати теоретичні знання предмету з виробленням практичних навичок, приймати власні оптимальні рішення щодо управління фінансами підприємств з урахуванням об'єктивних і суб'єктивних чинників, оцінювати різноманітні форми фінансування підприємств та організувати ефективне використання фінансових ресурсів.

Зміст навчальної дисципліни. Основи фінансів підприємств. Організація грошових розрахунків підприємств. Грошові надходження підприємств. Формування і розподіл прибутку. Оподаткування підприємств. Обігові кошти. Кредитування підприємств. Фінансове забезпечення відтворення основних засобів. Фінансове планування на підприємствах. Фінансова санація підприємств. Оцінювання фінансового стану підприємств.

Пререквізити – Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування, Маркетинг, Інформаційні системи у професійній діяльності.

Кореквізити – Виробнича практика, Маркетинг промислового підприємства, Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; колоквіум, письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 5 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Василик О. Д. Теорія фінансів: Підручник. — К., 2000.
2. Зяцьковський І.В. Фінанси підприємств: навч. посіб. — К., 2003
3. Іжевський П.Г. Фінанси: навч. посіб. / П.Г. Іжевський, О.В. Кошонько. – Львів: «Магнолія 2006», 2013. – 373 с.
3. Ярошевич Н.Б. Фінанси: навч. посіб. / Н.Б. Ярошевич, І.Ю. Кондрат, М.В. Ливдар. – Львів: Видавництво «Простір-М», 2018. – 298 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Іжевський П.Г.

ЛОГІСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (<i>бакалаврський</i>)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: уміло *ідентифікувати та аналізувати* стан ринків діяльності та попиту споживачів; *виявити* соціальні, екологічні та зовнішньоекономічні аспекти маркетингової діяльності на галузевих вітчизняних і міжнародному ринках; *використовувати* знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення маркетингових заходів щодо просування товарів; *демонструвати* базові й структуровані знання у сфері маркетингової діяльності та маркетингового управління; *виявити* соціальні, екологічні та зовнішньоекономічні аспекти маркетингового планування; *застосовувати* набуті знання обґрунтування маркетингових рішень та брати відповідальність за їх результати.

Зміст навчальної дисципліни. Предмет, методи і завдання дисципліни. Сучасна характеристика ринку. Товарний ринок – середовище маркетингу. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку. Макроорганізація оптової торгівлі. Підприємства оптової торгівлі. Послуги підприємств оптової торгівлі. Торгово – підприємницька діяльність на товарному ринку. Комерційне посередництво на товарному ринку. Інформаційна та організаційно – комерційна діяльність. Роздрібна торгівля. Товарні біржі. Лізінг. Персональний продаж.

Пререквізити – Основи підприємництва.

Кореквізити – Навчальна практика, Економіка підприємства, Мікроекономіка.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 36 год., практичні заняття – 36 год., самостійна робота – 78 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), наочні методи (слайди).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), захист реферату.

Вид семестрового контролю: залік – 2 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 416 с.
2. Інфраструктура товарного ринку : навчальний посібник / В.М. Пилявець, В.В. Озима, В.П. Заруба. – К. : Аграрна освіта, 2015. – 255 с.
3. Інфраструктура товарного ринку. Теоретичні засади : підручник / за ред. проф. О. О. Шубіна. – Київ : Знання, 2009. – 379 с.
4. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку : навч. посібник / О.В. Прокопенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 296 с.
5. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
6. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
7. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Андрушкевич З.М.

ПАБЛІК РИЛЕЙШІНЗ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий
Кредити ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких читається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *використовувати* понятійний апарат та категорії паблік рилейшнз; *демонструвати* знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; *визначити* методи та прийоми паблік рилейшнз; *аналізувати* конкретні ситуації при формуванні і здійсненні маркетингової діяльності; *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *проектувати* та здійснювати заходи щодо вивчення, аналізу, формування і управління громадською думкою; *пояснювати* інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта; *організувати* заходи з паблік рилейшнз – кампанії, ділових зустрічей, переговорів, конференцій, виставок, презентацій з використанням засобів масової інформації.

Зміст навчальної дисципліни. Предмет, об'єкт і основні категорії паблік рилейшнз. Загальна характеристика системи зв'язків з громадськістю. Планування організації та здійснення зв'язків з громадськістю. Механізм взаємодії з засосами масової інформації. Система масових комунікацій у суспільстві. Зв'язки з громадськістю в промисловості і комерційній діяльності. Зв'язки з громадськістю в фінансовій сфері. Зв'язки з громадськістю в фінансовій сфері. Політичні зв'язки з громадськістю і відносини з державою. Міжнародні зв'язки з громадськістю.

Пререквізити – Основи підприємництва.

Кореквізити – Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудові відносини.

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

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: виступи на семінарських та практичних заняттях; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: залік – 2 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Телетов О.С. Паблік рилейшнз в менеджменті. Бізнес-адміністрування : підручник / За ред. Л.Г. Мельника, С.М. Ілляшенка, І.М. Сотник. – Суми : Університетська книга. – 284 с.
2. Мойсєєв В.А. Паблік рилейшнз : навч. посібник / В.А.Мойсєєв. – К. : Академвидав, 2007. – 224 с.
3. Кальна-Дубінюк Т.П. Паблік рилейшнз : навч. посібник для консалтингу / Т.П. Кальна-Дубінюк, Р.І. Буряк. – К. : Бізнес-медіа-консалтинг, 2009. – 204 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Забурмеха Є.М.

СУЧАСНІ ПАКЕТИ ПРИКЛАДНИХ ПРОГРАМ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Шостий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *застосовувати* знання з використання пакетів прикладних програм у практичних ситуаціях, *володіти* навичками використання інформаційних і комунікаційних технологій; *використовувати* інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності за допомогою сучасних пакетів прикладних програм.

Зміст навчальної дисципліни: Поняття про редактори растрових зображень. Робота з шарами, використання масок. Застосування фільтрів для обробки зображення. Поняття про векторні графічні редактори. Редагування кривих ліній та форм об'єктів. Використання різних інструментів та налаштування їх властивостей. Поняття про відеоредактори. Основи відеомонтажу. Поняття про редактори аудіофайлів. Аудіомонтаж. Додавання звукових ефектів. Створення презентацій. Обчислення в офісних пакетах.

Пререквізити – Практика і технологія продажів, Маркетингові дослідження, Економіко-математичні методи та моделі, Інформаційні системи у професійній діяльності.

Кореквізити – Маркетинг послуг, Маркетинг промислового підприємства, Виробнича практика, Логістика.

Запланована навчальна діяльність лекцій – 34 год., лабораторних занять – 34 год., самостійної роботи – 82 год.; разом 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); лабораторні заняття (з використанням методів комп'ютерного проектування), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист лабораторних робіт і звітів з лабораторних робіт; тестування, письмове опитування.

Вид семестрового контролю іспит – 6 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Колисниченко, Денис GIMP 2. Бесплатный аналог Photoshop для Windows/Linux/Mac OS (+ DVD-ROM) / Денис Колисниченко. - М.: БХВ-Петербург, 2010. - 368 с.
2. Панюкова, Т. А. GIMP и Adobe Photoshop. Лекции по растровой графике / Т.А. Панюкова. - М.: Либроком, 2010. - 280 с.
3. Информатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології : підручник. - 4-те вид. - К.: Каравела, 2012. - 496с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Більовський К.Е.

МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	П'ятий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: уміло *зібрати* та *проаналізувати* необхідну інформацію для ефективної закупівлі; *розрахувати* економічні, маркетингові та показники закупівельної діяльності, *обґрунтувати* управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію закупівельної діяльності; *виявити* та *проаналізувати* ключові характеристики закупівельних систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів, *встановити* рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень щодо закупівель.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність і мета маркетингу у сфері закупівель. Визначення потреби підприємства в матеріальних ресурсах. Завдання “зробити або купити”. Вибір постачальника. Визначення оптимального розміру замовлення (EOQ). Оцінка якості та конкурентоспроможності продукції. Система поставок “точно в термін”. Партнерські стосунки у закупівельному маркетингу. Фінансові розрахунки між постачальником та споживачем. Договір поставки: поняття, порядок укладання та виконання.

Пререквізити – Маркетинг, Економіка підприємства, Фінанси і банківська справа, Бухгалтерський облік і оподаткування.

Кореквізити – Виробнича практика, Логістика.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 17 год., самостійна робота – 99 год., разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: захист практичних робіт; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: іспит – 5 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін. – 4-те вид. – К. : НМЦ “Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2009. – 648 с.
2. Чухрай Н., Гірна О. Формування ланцюга постановок : питання теорії та практики : монографія / Н. Чухрай, О. Гірна. – Львів : “Інтелект-Захід”, 2007. – 232 с.
3. Чухрай Н., Криворучко Я. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами : монографія / Н. Чухрай, Я. Криворучко. – Львів : “Растр-7”, 2008. – 360 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Карпенко В.Л.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Восьмий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	6,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен вміло: *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингових комунікацій; *формувати* умови ефективного виконання комунікативних функцій маркетингу із застосуванням реклами; *використовувати* цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію в сфері маркетингових комунікацій; *організувати* стимулювання збуту і його застосування в практиці діяльності виробників та інших учасників ринку; *виконувати* функціональні обов'язки в групі, *пропонувати* обґрунтовані маркетингові рішення в сфері маркетингових комунікацій; *розділити на категорії та аналізувати* ефективність рекламного звернення до цільової аудиторії; *розробити* план проведення рекламної кампанії.

Зміст навчальної дисципліни. Комунікації в системі маркетингу. Основи класифікації понять у маркетингових комунікаціях. Рекламування товару. Стимулювання збуту. Паблік рилейшнз. Реклама на місці продажу. Прямий маркетинг. Персональний продаж. Організація маркетингової політики комунікацій.

Пререквізити – Сучасні пакети прикладних програм, Менеджмент, Логістика, Маркетинг промислового підприємства, Зовнішньоекономічна діяльність у професійній сфері.

Кореквізити – Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення, Атестаційний екзамєн.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 112 год., разом 180 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (з використанням методів комп'ютерного моделювання, тренінгів, майстер-класів, практикумів), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: виступи на семінарських та практичних заняттях; презентація результатів виконання індивідуальних завдань; письмове опитування (тестування).

Вид семестрового контролю: курсова робота, іспит – 8 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Маркетинг: навч. посіб. / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко, Р.В. Бойко та ін. - Львів: Новий Світ-2000, 2018. - 679с.
2. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / Укл. І. В. Король. – Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. – 151 с.
3. Майовець Є. Маркетингові комунікації / Є.Й. Майовець, О.В. Кузик. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. – 192 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Бойко Р.В.

ЛОГІСТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Шостий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	7,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *використовувати* понятійний апарат з логістики; *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *демонструвати* вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта; *оцінювати* потребу в окремих видах ресурсів; *аналізувати* та *планувати* логістичні витрати; *організувати* співпрацю з існуючими постачальниками та іншими контрагентами ринку; *застосовувати* у діяльності підприємства сучасні методи і прийоми пошук шляхів підвищення ефективності логістичної діяльності підприємства; *виконувати* функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Зміст навчальної дисципліни. Логістика у ринковій економіці. Класифікація форм логістичних утворень. Характеристика основних елементів логістики. Технологічні процеси та управління матеріальними потоками. Фактори формування логістичних систем. Управління матеріальними потоками в логістичних системах. Заготівельна логістика. Сутність розподільчої логістики. Внутрішньовиробнича логістика. Логістика посередництва. Логістика складування. Транспортна логістика. Транспортно-експедиційні логістичні послуги. Глобалізація процесів логістики. Міжнародна логістика.

Пререквізити – Маркетинг закупівель, Практика і технологія продажів, Маркетингові дослідження.

Кореквізити – Маркетинг послуг, Маркетинг промислового підприємства, Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 51 год., практичні заняття – 51 год., самостійна робота – 108 год.; разом 210 год.

Форми (методи) навчання: лекції (з використанням методів проблемного навчання і візуалізації); практичні заняття (рішення задач, розгляд ситуацій, дискусія), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), презентація результатів виконання індивідуальних завдань.

Вид семестрового контролю: курсова робота, іспит – 6 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Крикавський Є.В. Економіка логістики : навч. посіб. / Є.В. Крикавський, О.А. Похильченко, Н.В. Чернописька, О.С. Костюк, Н.Б. Савіна та інші. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2014. – 640 с.
2. Крикавський Є.В. Логістичне управління : навч. посібник / Є.В. Крикавський – Львів : Львівська політехніка, 2005. – 684 с.
3. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
4. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Андрушкевич З.М.

МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Сьомий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *розробляти* маркетингові стратегії підприємств на ринку послуг; *демонструвати* знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; *досліджувати* та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг; *розробляти* товарну політику щодо послуг, вирішувати питання ціноутворення; *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *розробляти* маркетингову комунікаційну політику підприємств сфери послуг, проводити сегментування ринку послуг.

Зміст навчальної дисципліни. Сфера послуг в економічній системі. Концепції маркетингу послуг. Особливості ринку послуг. Послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу. Маркетинговий інструментарій на ринку послуг. Послуга як товар та вид людської діяльності. Процес продукування послуг та його учасники. Цінова політика в маркетингу послуг. Збут (поширення, продаж) послуг. Комунікації в маркетингу послуг.

Пререквізити – Логістика, Менеджмент, Маркетинг, Виробнича практика.

Кореквізити – Атестаційний екзамен.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

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

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, захист курсової роботи, самоконтроль

Вид семестрового контролю: курсова робота, іспит – 7 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Зкспресс-курс / Ф. Котлер; Пер. с англ.- СПб.: Питер, 2002. - 496 с.
2. Мальченко В. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. / В.М. Мальченко. - К. : КНЕУ, 2006. - 360 с.
3. Шканова О. М. Маркетинг послуг : навч. посіб. / О.М. Шканова. - К. : Кондор, 2003. - 304 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Забурмеха Є.М.

МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Сьомий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен вміло: *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; *демонструвати вміння* застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта; *збирати та аналізувати* необхідну інформацію; *розраховувати* економічні та маркетингові показники; *обґрунтовувати* управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; *визначати* функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління; *розраховувати* відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності; *застосовувати* інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко *адаптуватися* до змін маркетингового середовища.

Зміст навчальної дисципліни: Сутність, завдання і тенденції розвитку маркетингу промислового підприємства; стратегії промислового маркетингу; ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності; планування маркетингової діяльності на підприємстві; маркетингові дослідження на промисловому ринку; конкуренція на промисловому ринку; кон'юнктура ринку промислової продукції; сегментування ринку; формування і дослідження попиту на промислові товари; маркетинг у галузі закупівель промислових товарів; планування і регулювання збутових запасів; товарна цінова, збутова і комунікаційна політики підприємства; контроль, аналіз і ефективність маркетингової діяльності.

Пререквізити – Логістика, Менеджмент, Маркетинг, Виробнича практика.

Кореквізити – Атестаційний екзамен.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год.; разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: словесні (розповідь, пояснення, бесіда), практичні (розгляд ситуацій, дискусія), наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, контрольна робота, захист індивідуального завдання.

Вид семестрового контролю: іспит – 7 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Промисловий маркетинг: підручник / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.
2. Старостіна А.О., Длігач А.О., Кравченко В.А. Промисловий маркетинг: Теорія, світовий досвід, українська практика : підручник / За ред. А.О.Старостіної. – К. : Знання, 2005. – 764 с.
3. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
4. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
5. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Андрушкевич З.М.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Восьмий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *демонструвати* знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; *застосовувати* набуті теоретичні знання для визначення напрямів маркетингової товарної політики; *здійснювати* формування оптимального асортименту, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності продукції, створення нових товарів, забезпечення ефективності асортименту, продовження життєвого циклу товарів; *формувати* попит, проводити маркетингові дослідження та обирати цільовий ринок; *проводити* рейтингування, оцінку якості та конкурентоспроможності продукції; *визначати* рівень монополізації, загального потенціалу і місткості ринку; *збирати та аналізувати* необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Зміст навчальної дисципліни. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства. Товари і послуги в маркетинговій діяльності. Ціна в системі ринкових характеристик товару. Якість продукції та методи її оцінювання. Конкурентоспроможність товару та її показники. Ринок товарів і послуг. Формування попиту на ринку окремого товару. Маркетингові дослідження товарного ринку. Цільовий ринок товару і методика його вибору. Організація управління продуктом. Життєвий цикл товару. Планування нового продукту і розроблення товару. Призначення та види ідентифікування продукції. Упаковка в системі планування продукту.

Пререквізити – Маркетингові комунікації, Маркетингове ціноутворення, Маркетинг промислового підприємства, Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері.

Кореквізити – Атестаційний екзамен.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год.; разом – 150 год.

Форми (методи) навчання: словесні (розповідь, бесіда, пояснення); практичні (розв'язання задач, кейси); наочні (ілюстрування навчального матеріалу, показ слайдів).

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, письмове опитування (тестування), презентація результатів виконання індивідуальних завдань.

Вид семестрового контролю: іспит – 8 семестр.

Навчальні ресурси:

- Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика : підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2011. – 234 с.
- Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика / В. Я. Кардаш. – К.: Видавництво «Професіонал», 2010. – 304 с.
- Ковальчук С.В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко. – Львів : «Новий світ – 2000»; 2016. – 332 с.
- Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / П.В. Захарченко та ін. – К. : КНУБА, 2016. – 143 с.
- Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
- Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_list.aspx?bk=T.
- Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Нянько В.М.

МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Восьмий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	5,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна/дистанційна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен уміло: *застосовувати* набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингового ціноутворення; *оцінювати* ризики провадження маркетингової діяльності; встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень; *збирати та аналізувати* необхідну інформацію, *розраховувати* економічні та маркетингові показники з визначення цін, *обґрунтовувати* управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; *провадити* цінову політику підприємства; правильно *використовувати* систему знижок і надбавок при формуванні цін.

Зміст навчальної дисципліни. Введення в ціноутворення. Формування цінової політики. Ціна як інструмент маркетингової політики. Система цін та їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни. Коригування ціни. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні. Маркетингові стратегії ціноутворення. Ціноутворення у міжнародному маркетингу. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.

Пререквізити – Маркетингові комунікації, Маркетинг промислового підприємства, Зовнішньо-економічна діяльність у професійній сфері, Маркетингова товарна політика.

Кореквізити – Атестаційний екзамен.

Запланована навчальна діяльність: лекції – 34 год., практичні заняття – 34 год., самостійна робота – 82 год., разом – 150 год.

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

Форми оцінювання результатів навчання: усне опитування, тестування, захист індивідуального завдання, самоконтроль

Вид семестрового контролю: іспит – 8 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: монографія / В.Л. Корінев. – К.: КНЕУ, 2001. – 257 с.
2. Маркетингова цінова політика: навч. посібник / С.В. Ковальчук, І.В. Гвоздецька, С.М. Синиця. – Львів: «Новий Світ - 2000», 2011. – 352 с.
3. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – Київ: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
4. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
5. Модуль для дистанційного навчання. Доступ до ресурсу: <http://dn.khnu.km.ua>.
6. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/plage_lib.php.

Викладачі: доктор економічних наук, професор Ковальчук С.В.,
кандидат економічних наук, доцент Забурмеха Є.М.

НАВЧАЛЬНА ПРАКТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	Другий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	3,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: вміло *охарактеризувати* новітні інноваційні та комп'ютерні технології, методи активізації навчання під час проведення лекційних, семінарських занять, поточного та підсумкового контролю знань, державну діагностику якості підготовки студентів; *знати* вимоги до діяльності за спеціальністю, *демонструвати* знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності; *відповідати* вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, *підвищувати* рівень особистої професійної підготовки; *пояснювати* інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

Зміст навчальної дисципліни. Вища освіта в Україні у контексті Болонського процесу. Державний стандарт вищої освіти в Україні. Організація навчального та виховного процесу у ВНЗ та на факультеті. Студентське самоврядування. Форми, види і методи навчання та контролю у вищій школі. Інформаційно-методичне забезпечення навчального процесу ВНЗ. Роль випускової кафедри в підготовці фахівців. Професія «Маркетолог»: зміст, характер та сфера майбутньої професійної діяльності. Галузева специфіка змісту підготовки фахівців у ВНЗ. Форми організації маркетингової діяльності. Порядок утворення та органи управління маркетингових служб, організаційна структура і персонал.

Пререквізити – Основи підприємництва.

Кореквізити – Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудові відносини, Мікроекономіка.

Запланована навчальна діяльність: лабораторні заняття – 18 год., самостійна робота – 72 год.; разом 90 год.

Форми (методи) навчання: практичні заняття (розгляд ситуацій, дискусія), самостійна робота (індивідуальні завдання).

Форми оцінювання результатів навчання: презентація результатів виконання індивідуальних завдань; захист звіту з практики.

Вид семестрового контролю: залік – 2 семестр.

Навчальні ресурси:

- ЄКТС (ECTS). Інформаційний пакет. Навчальні програми підготовки фахівців ХНУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://isu1.khnu.km.ua/isu/pub/ECTS_paket_ukr/
- Про вищу освіту : Закон України : від 01.07.2014 р. № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
- Туркот Т.І. Педагогіка вищої школи: навч. посіб. / Т.І.Туркот. – К.: Кондор, 2011. – 516 с.
- Хмельницький національний університет [Електронний ресурс]. Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx>
- Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
- Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: <http://lib.khnu.km.ua/>.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Решміділова С.Л.

ВИРОБНИЧА ПРАКТИКА

Тип дисципліни	Обов'язкова
Рівень вищої освіти	Перший (<i>бакалаврський</i>)
Мова викладання	Українська
Семестр	Шостий
Кількість встановлених кредитів ЄКТС	7,0
Форми навчання, для яких викладається дисципліна	Денна/заочна

Результати навчання

Студент, який успішно завершив вивчення дисципліни, повинен: *аналізувати* і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності; *виконувати* основні маркетингові функції (аналіз ринку, дослідження конкуренції, формування стратегії, стимулювання збуту, тощо); *збирати* та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; *демонструвати* вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта; *виконувати* функціональні обов'язки маркетолога, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Зміст навчальної дисципліни. Ознайомлення з підприємством, вступний інструктаж. Організаційна структура та органи управління підприємством. Маркетингова служба підприємства. Функціональні обов'язки маркетолога. Особливості маркетингової діяльності підприємства. Планування, організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві. Аналіз та оцінка маркетингової та економічної діяльності підприємства.

Пререквізити – Маркетингові дослідження, Практика і технологія продажів, Маркетинг, Маркетинг закупівель, Фінанси підприємств.

Кореквізити – Основи наукових досліджень, Маркетинг послуг, Маркетинг промислового підприємства, Зовнішньоекономічна діяльність у професійній сфері.

Запланована навчальна діяльність: самостійна робота – 210 год.; разом 210 год.

Форми (методи) навчання: самостійна робота (виконання функціональних обов'язків маркетолога, виконання індивідуальних завдань, написання звіту з практики).

Форми оцінювання результатів навчання: презентація результатів виконання індивідуальних завдань; захист звіту з практики.

Вид семестрового контролю: залік – 6 семестр.

Навчальні ресурси:

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник / І.М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378с.
2. Ковальчук С.В. Маркетинг : навч. посібник / С.В. Ковальчук. – Львів : Новий Світ - 2000, 2010. – 679с.
3. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khnu.km.ua>.
4. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: <http://lib.khnu.km.ua/>.

Викладач: кандидат економічних наук, доцент Забурмеха С.М.