

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
Факультет історії та міжнародних відносин  
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ, МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Вченою радою факультету історії та  
міжнародних відносин  
Протокол № 1 від 30 січня 2026 р.

**КАФЕДРАЛЬНИЙ КАТАЛОГ  
ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН**

**на 2026/2027 навчальний рік**

**Освітньо-професійна програма  
«МЕНЕДЖМЕНТ»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 073 Менеджмент  
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**Ужгород 2026**

## ЗМІСТ

Дисципліни для третього року навчання (*із кожного вибіркового компоненту слід обрати одну навчальну дисципліну*) (ОПП 2024 р.) ..... 3

### 5 семестр

ВК3 – Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу (*слід обрати одну навчальну дисципліну*)\*:

Історії успіху відомих компаній, брендів і людей / Практика спілкування (англійською, іспанською, німецькою або словацькою мовами)..... 3

ВК11 – Управління конфліктами/ Самоменеджмент/Тайм-менеджмент..... 5

ВК12 – Креативний менеджмент/ Діджитал -менеджмент/PR-менеджмент.....9

### 6 семестр

ВК4 – Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу (*слід обрати одну навчальну дисципліну*)\*:

Етика ділових відносин / Ділова іноземна мова (англійська, іспанська, німецька, або словацька)..... 13

ВК9 – Бізнес-психологія / Управління емоційним інтелектом/ Лідерство в організаціях..... 16

ВК10 - Основи проєктного менеджменту/ Маркетинговий менеджмент / Брендінг..... 19

Дисципліни для четвертого року навчання (*із кожного вибіркового компоненту слід обрати одну навчальну дисципліну*) (ОПП 2022р.) ..... 23

### 7 семестр

ВК 15 - Іноземна мова професійного спрямування/Друга іноземна мова..... 23

ВК 16 - Управління інвестиціями/Страхування у бізнесі/Інноваційний менеджмент..... 27

### 8 семестр

ВК 13 - Управління конкурентоспроможністю підприємств/Контролінг..... 31

ВК 14 - Маркетингова діяльність підприємства/Інформаційний бізнес..... 33

\*Здобувач має можливість обирати «вибірковою дисципліною (ВК3, ВК4) із загальноуніверситетського каталогу», що передбачено освітньою програмою «Менеджмент» та її навчальним планом, не тільки з поміж запропонованих у даному Кафедральному каталозі вибірових навчальних дисциплін на 2026-2027 н.р., але й будь-яку вибірковою освітню компоненту із Загальноуніверситетського каталогу вибірових навчальних дисциплін для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/100648>).

## ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ТРЕТЬОГО РОКУ НАВЧАННЯ

### ВКЗ – вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу

Назва дисципліни	<i>Історії успіху відомих компаній, брендів і людей (ВКЗ)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2/3
Семестр	Осінній/весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Модерної історії та зарубіжних країн
Інформаційне забезпечення	мережа Інтернет; фонди та електронні каталоги наукової бібліотеки ДВНЗ «УжНУ», репозитарій ДВНЗ «УжНУ» ( <a href="https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsru/">https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsru/</a> ), наукова бібліотека, читальні зали; віртуальне навчальне середовище Moodle ( <a href="https://elearn.uzhnu.edu.ua/">https://elearn.uzhnu.edu.ua/</a> ); <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/facultyfhistory_relati/specs">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/facultyfhistory_relati/specs</a>
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

У сучасному світі особлива увага й цікавість людей прикута до того, що нині називають історіями успіху. **Метою навчальної дисципліни** є ознайомлення студентів з історіями успіху відомих компаній, брендів і людей. Чимало компаній, брендів зародилися з простої ідеї, але з часом стали відомими та успішними по всьому світу. Історії успіху окремих людей засвідчують, що не тільки талант, але й наполегливість, старанність та віра в себе допомогли конкретним особам у досягненні мети. У результаті вивчення курсу студенти знатимуть історії успіху найвідоміших компаній та брендів з різних галузей – від високих технологій до моди, приклади їх лідерства на світових ринках, шляхи розвитку, в тому числі через адаптацію до змін на ринку та технологіях; а також дізнаються секрети успіху відомих людей та отримують потужні джерела натхнення та мотивації.

**Компетентності:** уміти організовувати взаємозв'язок своїх знань і впорядковувати їх, уміти працювати з інформацією та аналізувати її; організовувати взаємозв'язок минулих і дійсних подій; критично ставитися до того чи іншого аспекту розвитку нашого суспільства; займати позицію в дискусіях та формувати власні думки; уміти співпрацювати та працювати в групі; уміти використовувати нові технології інформації та комунікації; уміти знаходити нові рішення; уміти організовувати свою роботу, бути мотивованим та уміти знаходити нові рішення; уміти адаптуватись до нових умов, показувати стійкість перед труднощами.

#### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Коротка історія брендингу: від Стародавнього Єгипту до сучасності.
2. Історія успіху компаній Coca-Cola та Pepsi.
3. Історія відомих спортивних брендів Adidas, Nike та Puma.
4. Історія успіху Коко Шанель та модного бренду Chanel. Історії успіхів будинків моди (Hermes, Louis Vuitton, Dior, Dolce&Gabbana).
5. Історія успіху Стіва Джобса та бренду Apple.
6. Історія успіху Джеффа Безоса та компанії Amazon.
7. Історія успіху Ілона Маска та компанії Tesla.
8. Історія успіху Білла Гейтса та корпорації Microsoft.
9. Найуспішніші українські компанії та бренди в історії країни.

Назва дисципліни	<b><i>Практика спілкування (англійською, іспанською, німецькою або словацькою мовами) (BK3)</i></b>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	2/3/4
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити (120 год.)
Мова викладання	Англійська, іспанська, німецька або словацька
Передумови для вивчення дисципліни	Рівень володіння іноземною мовою – А1- В2 (згідно з Національною програмою іноземної мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти). Опанування навчальних дисциплін (НД) освітньої програми підготовки здобувачів освітнього ступеня бакалавр попередніх курсів навчання
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Полікультурної освіти та перекладу
Інформаційне забезпечення	Інструменти Google for Education. Google Class підтримка 24/7. Аутентичні підручники іноземною мовою закордонних видавництв та сучасні поточні публікації
Форма проведення занять	Практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

- Активне володіння іноземною мовою;
- Розвиток навичок виразного та чіткого усного висловлювання;
- Вміння активно приймати участь у групових обговореннях, дебатах та обґрунтовувати свою точку зору.
- Розуміння та використання мовної культури, ввічливості та етикету при спілкуванні в різних ситуаціях.
- Розвиток навичок слухання та вміння адекватно реагувати на інші точки зору під час спілкування.
- Готовність та впевненість у власних навичках використання іноземної мови в різних сферах життя.
- Розвиток умінь адаптувати стиль спілкування до конкретної ситуації (формально-неформальне спілкування, публічні виступи, ділові зустрічі).
- Здатність адаптуватися до різних ситуацій та бути впевненим у власних здібностях усного спілкування іноземною мовою.

**Короткий зміст дисципліни (перелік тем):**

1. Обговорення актуальних подій та новин суспільно-політичного характеру.
2. Тренування навичок переконливого висловлення.
3. Публічні виступи: Підготовка коротких промов. Стратегії ефективних відповідей на запитання аудиторії.
4. Обговорення академічних тем та проєктів.
5. Спілкування у віртуальному середовищі;
6. Розвиток навичок активного слухання.
7. Співбесіди та відповіді на стандартні питання, що стосуються освіти, кар'єри та особистого життя.
8. Самопредставлення та розбудова професійних зв'язків.
9. Мовна культура та етикет під час спілкування.
10. Ефективний зворотній зв'язок і конструктивна критика

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 11)

Назва дисципліни	<i>Управління конфліктами (ВК 11)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма, навчально-методичний комплекс
Форма проведення занять	Лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

##### **Загальні компетенції:**

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. (33)

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (34)

Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (35)

Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. (36)

Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. (311)

Здатність генерувати нові ідеї (креативність). (312)

Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. (313)

Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). (315)

##### **Спеціальні компетенції:**

Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (С6)

Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. (С7)

Здатність планувати діяльність організації та управляти часом. (С8)

Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. (С9)

Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. (С12)

Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності. (С13)

Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. (С14)

Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. (С15)

##### **Результати:**

Здатність визначати та описувати характеристики організації. (С1)

Здатність визначати перспективи розвитку організації. (С3)

Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту (С5)

Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. (С7)

Здатність планувати діяльність організації та управляти часом. (С8)

Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. (С9)

Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. (С11)

Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. (С12)

Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності. (С13)

Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. (С14)

Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. (С15).

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. (Р16)

Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера. (Р17)

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Сутність та значення конфліктології в сучасному суспільстві. Проблема конфлікту в сучасній науці.

Тема 2. Функції конфліктів. Етапи та методи вивчення конфліктів.

Тема 3. Конфлікт як соціальне явище. Структура конфлікту. Форми та рівні прояву конфлікту.

Тема 4. Види конфліктів та причини їх виникнення. Класифікація конфліктів.

Тема 5. Динаміка конфлікту. Теорії механізмів виникнення конфліктів.

Тема 6. Основні стратегії поведінки в конфлікті.

Назва дисципліни	<i>Самоменеджмент (БК 11)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**Метою** вивчення дисципліни є оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з питань особистісного розвитку менеджера; формування у студентів індивідуальних особливостей та поведінкових навичок, які необхідні майбутньому керівнику; розвиток у майбутніх менеджерів умінь організувати особисту працю.

**Завданням** вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів із питань: визначення особистісних цінностей та цілей менеджера; управління саморозвитком особистості; розвинення навичок ефективного керівництва; організації управлінської діяльності менеджерів різних рівнів; застосування сучасних принципів та напрямів наукової організації діяльності менеджера; використання часу як ресурсу.

**Результати** вивчення дисципліни дозволять здійснити практичну підготовку та сформувати ряд відповідних професійних і особистісних компетенцій. У результаті вивчення дисципліни студент повинен

*знати:* сучасні концепції самоменеджменту, методика вибору кар'єри, теорію психологічних типів особистості, діловий профіль особистості, методики саморозвитку менеджера, основні методики тайм-менеджменту, соціальні технології самоуправління діловою кар'єрою.

*вміти:* визначити принципи сучасних концепцій само менеджменту, використовувати основні методики тайм-менеджменту, використовувати методику процесу влаштування на роботу, визначати сильні та слабкі сторони свого типу особистості, послідовно розкрити зміст логічних завдань методики саморозвитку менеджера, визначати адаптивну поведінку менеджера та його механізмів, визначити ознаки, природу та наслідки стресу, оцінити рівень власних здібностей до самоуправління.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Суть, зміст та історія самоменеджменту

Тема 2. Сучасні концепції самоменеджменту

Тема 3. Вибір місця у професійній кар'єрі

Тема 4. Розвиток менеджера як особистості

Тема 5. Розуміння себе. Техніка визначення цілей та способів їх досягнення

Тема 6. Техніка з розподілу та планування власного часу

Тема 7. Техніки ефективної роботи в команді

Тема 8. Оцінка та тренування комунікаційних навиків

Тема 9. Самомотивування та самоконтроль менеджера в умовах війни

Назва дисципліни	<i>Тайм-менеджмент (BK 11)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни,
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Метою* вивчення дисципліни «Тайм-менеджмент» є підготовка бакалаврів до успішної роботи в соціально-культурній сфері на основі формування у студентів системи знань та навичок щодо організації часу та підвищення власної ефективності.

Основними *завданнями* вивчення дисципліни «Тайм-менеджмент» є: надати студентам ясне і чітке уявлення про теоретичні та методологічні засади сучасного тайм-менеджменту; виробити навички самоорганізації, мотивації, цілепокладання, розстановки пріоритетів, делегування повноважень, контролю і оцінки особистих показників діяльності, освоїти навички володіння методами організації робочого часу та раціонального використання ресурсів; сформувати

навички самостійної, творчої роботи; вміння організувати свою працю, розвинути здібності породжувати нові ідеї, знаходити нові підходи до їх реалізації.

Вимоги до знань і умінь

а) *знати*: основні етапи розвитку управлінської думки в сфері тайм-менеджменту категоріальний апарат, основні принципи, методи, техніки управління часом; провідні концепції формування системи управління часом; основні методи інвентаризації та аналізу власного та організаційного часу; принципи і правила планування часу, визначення власних цілей і розстановки пріоритетів при прийнятті якісних управлінських рішень; організаційні принципів розпорядку дня з урахуванням темпераменту та біоритмів людини; способи підвищення власної ефективності; види, правила та помилки самоконтролю при управлінні часом.

б) *уміти*: формулювати цілі і ставити завдання, пов'язані з реалізацією професійної діяльності менеджера в області тайм-менеджменту; моделювати процес прийняття управлінських рішень з урахуванням знань основ теорії і практики тайм-менеджменту; розробляти деякі пропозиції щодо вдосконалення управління сучасною організацією і проектами з урахуванням знання досягнення тайм-менеджменту; робити власний SWOT-аналіз, для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз особистості; виявляти і аналізувати проблемні області індивідуального «освоєння» часу; адекватно розподіляти часові ресурси міжособистісної і професійної взаємодії; використовувати отримані знання для подальшого саморозвитку.

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Сутність та роль тайм-менеджменту в діяльності організації

Тема 2. Час менеджера і принципи його ефективного використання

Тема 3. Аналіз витрат часу в системі тайм-менеджменту

Тема 4. Планування робочого часу. Прийняття рішень про пріоритети в тайм-менеджменті

Тема 5. Планування особистої кар'єри менеджера і роль тайм-менеджменту в даному процесі

Тема 6. Цілепокладання в системі тайм-менеджменту. Самоконтроль і самомотивація

Тема 7. Корпоративний тайм-менеджмент: філософія і технологія

Тема 8. Делегування повноважень і тайм-менеджмент

Тема 9. Заходи проти нерационального використання часу

Тема 10. Встановлення пріоритетів при виробленні управлінських рішень

Тема 11. Тайм-менеджмент як інструмент організаційного розвитку

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 12)

Назва дисципліни	<i>Креативний менеджмент (ВК 12)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

#### Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

##### Загальні компетенції:

Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

##### Спеціальні компетенції:

Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;

Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;

Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;

Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

*Результати:* Проектувати ефективні системи управління організаціями; Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність; Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

#### Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Концепція креативного менеджменту.

Тема 2. Сутність креативності в бізнесі. Складові креативності.

- Тема 3. Процес і природа людського мислення.  
 Тема 4. Методи постановки й аналізу управлінських проблем.  
 Тема 5. Формування креативного середовища на підприємстві.  
 Тема 6. Стратегії розвитку й творчого потенціалу в організаціях.  
 Тема 7. Управління інноваційними командами.  
 Тема 8. Управління креативністю. Створення креативної організації.

Назва дисципліни	<i>Діджитал-менеджмент (BK 12)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Дисципліна «Діджитал-менеджмент» вивчає сутність категорії digital та його особливості, що закладає спеціальні знання і навички з використання Digital-інструментарію менеджера, стратегічного управління розвитком українських агропромислових підприємств на принципах цифровізації.

Головна *мета* курсу «Діджитал-менеджмент»: формування у майбутнього фахівця теоретичних основ та практичних навиків Digital-середовища та ефективного використання Digital-інструментарію менеджера в своїй майбутній діяльності.

В рамках вивчення дисципліни розглядаються різні сфери використання digital-технологій. Студенти зможуть обирати цифрові технології, вносити пропозиції щодо впровадження їх у діяльність підприємств та аналізувати ефективність діджиталізації. Дисципліна вивчає теоретичні та прикладні аспекти вибору, впровадження digital-технологій та покращення взаємодії, оптимізації операційної діяльності, зміни бізнес-моделі компанії.

Завдання курсу реалізуються через досягнення наступних результатів навчання:

*знання:* - сучасних технологій оцифровки, цифровізації та оптимізації бізнес-процесів, управлінської діяльності; - основ digital-маркетингу, е-комерції, аналітики; - впливу цифрових технологій на формування цінності продукту; - особливостей функціонування та переваг цифрових платформ та цифрових екосистем («розумне місто», «розумна фабрика»); - менеджменту організації на основі digital-технологій для забезпечення ефективності діяльності організації

*уміння:* - будувати співпрацю з цифровими споживачами та оперувати клієнтським досвідом за допомогою digital; - створювати цифровий контент; - вносити пропозиції щодо оцифрування та діджиталізації бізнес-процесів підприємства; - формувати та оптимізувати бізнес-модель підприємства з використанням нових технологій, формувати цифрову бізнес-модель; - формувати ефективну організаційну структуру компанії на основі діджитал.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Розвиток цифрових технологій, Web 4 та цифрова трансформація. Цифровий споживач.

Тема 2. Оцифровка бізнес-процесів, використання цифрових технологій на підприємстві

Тема 3. Сфери використання digital-технологій. Діджитал в управлінні.

Тема 4. Сучасні цифрові бізнес-моделі, екосистеми та цифрові платформи.

Тема 5. «Розумні» технології. Цифрова держава.

Тема 6. Digital-маркетинг, е-комерція. Діджиталізація просування товарів і послуг.

Тема 7. Діджитал та фінанси.

Тема 8. Візуалізація даних.

Назва дисципліни	<i>PR-менеджмент (BK 12)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Семестр	Осінній
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Мета* – ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією паблік рілейшнз, їх комунікативними основами і практикою в різних сферах діяльності. Сутність, технології та завдання зв'язків з громадськістю розкриваються через виявлення історичних витоків та суспільної потреби становлення цієї сфери людської діяльності і наукової дисципліни

Згідно вимог освітньо-професійної програми студенти повинні:

*знати:*

- концепції PR у сучасних умовах;
- організаційні форми управління PR, у тому числі цілі, задачі та функції;
- специфіку формування PR як мистецтва й науки досягнення гармонії за допомогою взаєморозуміння, що ґрунтується на правді й повній інформованості;
- механізми організації, планування й сучасної реалізації системи PR для отримання успіху;

- зміст основних елементів ЗМІ і, в першу чергу, важливих інструментів цієї індустрії – преси, радіо, телебачення.

*уміти :*

- використовувати форми та методи системи PR для успішної реалізації проектів за рахунок урахування суспільної думки, вміння на нього впливати й установлювати активні комунікації;
- запроваджувати основні принципи PR в діяльність з урахуванням впливу факторів соціальної сфери;
- складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу підприємства;
- володіти механізмами планування, організації й проведення PR-кампаній;
- активно використовувати основні напрямлення PR для результативної участі у виставках (ярмарках);
- оцінювати результати діяльності служби PR з наступним аналізом і розробляти рекомендації щодо створення атмосфери довіри на підприємстві та за її межами.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. PR в сучасному інформаційному світі

Тема 2. PR як професійний вид діяльності

Тема 3. Зміст та інструментарій PR

Тема 4. Нові медіа і цифровий PR

Тема 5. Планування PR-діяльності

Тема 6. Медіапланування у PR-менеджменті

Тема 7. Економічне забезпечення PR-менеджменту

Тема 8. Організація PR-діяльності

Тема 9. Оцінка ефективності PR-діяльності

### ВК4 – вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу

Назва дисципліни	<i>Етика ділових відносин (ВК4)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Метою викладання дисципліни «Етика ділових відносин» є розвиток у студентів комплексних знань у сфері менеджменту комунікацій, професійного спілкування та вміння ефективно організувати наради, співбесіди, ділові зустрічі й переговори, а також мати достатню кваліфікацію для проектування та розробки нових засобів і методів комунікації на підприємстві.

Завдання вивчення навчальної дисципліни є:

- оволодіння методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності;

- вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту;
- оволодіння методами організації проведення комунікаційних досліджень;
- дослідження механізмів реалізації комунікативної політики організації.

Інтегровані вимоги до знань та умінь з навчальної дисципліни.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

- знати місце етики у діловому спілкуванні та у бізнесу, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві;

- специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової етики у діловому спілкуванні;

- якими є механізми впливу таких комунікативних технологій ділового спілкування як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз), іміджмейкінг, менеджмент новин, реклама, пропаганда, риторика;

- основні засади та принципи ділового спілкування;
- основні методи, технології етики ділового спілкування;
- концептуальні основи і стратегії етики ділового спілкування;
- обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування;
- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;
- соціальну природу поняття «етики ділового спілкування», його мету та зміст;
- канали, засоби, моделі комунікацій;
- особливості використання інформації в менеджменті;
- основні елементи забезпечення ефективних комунікацій;
- методи вирішення комунікаційних конфліктів;

- особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації);
- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Теоретико-методологічні засади курсу «Етика ділових відносин».

Тема 2. Предмет та завдання етики ділових відносин.

Тема 3. Етичні засади ділових відносин в діяльності організації.

Тема 4. Корпоративна культура.

Тема 5. Ділове спілкування.

Тема 6. Взаєморозуміння та конфлікти в ділових відносинах.

Тема 7. Ділові зустрічі та переговори.

Тема 8. Працевлаштування.

Тема 9. Ділова атрибутика.

Тема 10. Імідж ділової людини.

Тема 11. Ділові прийоми.

Назва дисципліни	<i>Ділова іноземна мова (англійська, іспанська, німецька, або словацька) (BK4)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3/4
Семестр	Осінній/весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	англійська, іспанська, німецька, або словацька
Передумови для вивчення	Ділова українська мова, іноземна мова
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Полікультурної освіти та перекладу
Інформаційне забезпечення	Інтернет-ресурси, аудіо та відеоматеріали, електронні підручники, презентації, дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів, пакети завдань для оцінювання рівня засвоєння матеріалу
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

По закінченню курсу «Ділова іноземна мова» студенти будуть здатні:

- належним чином поводити себе у типових світських, академічних і професійних ситуаціях;
- створювати тексти та короткі описи (есе) на підставі історичної інформації, які можуть бути використані в журналістиці, місцевих органах влади, музеях тощо.
- розуміти автентичну академічну та професійну кореспонденцію, готувати та вести ділову кореспонденцію; – писати з високим ступенем граматичної коректності резюме, протоколи та ін.
- телефонувати з конкретними цілями академічного і професійного характеру
- розуміти різні корпоративні культури в конкретних професійних контекстах і застосовувати міжкультурне розуміння у процесі безпосереднього усного і писемного спілкування в академічному та професійному середовищі.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Професійне середовище, робота в офісі, права та обов'язки.
2. Встановлення та розбудова ділових контактів. Ділове спілкування телефоном: розуміння, пошук інформації, етикет телефонних розмов.

3. Відрадженья: організація, процедури реєстрації, написання плану подорожі, вирішення організаційних проблем; розуміння культурних особливостей представників країни, куди здійснюється подорож.
4. Сучасні засоби ділових комунікацій. Знаходження, розуміння та обробка автентичної інформації
5. Пошук роботи за фахом. Підготовка особистого резюме та листа до потенційного працедавця. Підготовка до та проходження співбесіди. Професійний портфоліо фахівця.
6. Бар'єри в ділових комунікаціях.
7. Комунікації в організації. Напрямки комунікаційних потоків у компанії.
8. Ефективне письмове спілкування в діловому середовищі.
9. Усні комунікації в діловому середовищі.
10. Усна презентація ділового звіту.

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 9)

Назва дисципліни	<i>Бізнес-психологія (ВК 9)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**Знання:** знати теоретичні засади бізнесу, психології та процесу управління; знати психологічні прийоми ділових комунікацій; знати визначати психологічний тип особистості; знати вербальні та невербальні психологічні методи спілкування;

**Уміння:** вміти використовувати набуті знання в практичній діяльності; вміти використовувати технологію вербального і невербального спілкування; вміти застосовувати психологічні знання для успішного ведення бізнесу, бізнестренінгів, консультації.

#### **Загальні компетентності:**

ЗК2. Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;

ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

#### **Фахові компетентності:**

ФК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;

ФК6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми;

ФК8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом.

ФК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

#### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Місце та роль психології в бізнесі

Тема 2. Соціальна психологія бізнесу

Тема 3. Бізнес як соціокультурний інститут

Тема 4. Організаційна культура в бізнесі

Тема 5. Інструменти психології в підприємницькій діяльності

Тема 6. Психологія прийняття управлінських рішень

Назва дисципліни	<i>Управління емоційним інтелектом (БК 9)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

#### **Знання:**

- Психологічних основ вияву та чинники емоцій у житті та бізнесі
- Складових емоційного інтелекту;
- Механізм оцінювання емоційних і інтелектуальних проявів індивідуума в бізнес-середовищі

#### **Уміння:**

- Вивчати та узагальнювати напрями емоційного інтелекту в бізнесі
- Визначати місце управління емоційним інтелектом у системі управління підприємством
- Обирати стратегії формування емоційного інтелекту в розвитку бізнесу в умовах нестабільності;
- Здійснювати аналіз зовнішніх та внутрішніх передумов формування здорового емоційного інтелекту
- Здійснювати планування заходів щодо підвищення врахування емоційного інтелекту в бізнесі.

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Емоційний інтелект: поняття, історія дослідження

Тема 2. Емоційний інтелект у діяльності бізнес-лідера

Тема 3. Діагностика емоційного інтелекту бізнес-лідера

Тема 4. Розвиток навичок емоційного інтелекту та створення лідера

Тема 5. Створення емоційно свідомих організацій та самовладдя в управлінні бізнесом

Тема 6. Навички роботи з людьми

Тема 7. Нові моделі управління емоційного інтелекту

Тема 8. Емоційно-інтелектуальна організація

Назва дисципліни	<i>Лідерство в організаціях (ВК 9)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**Знання:**

- Підходи до розуміння лідерства та основні характеристики лідера
- Методику оцінки позиції лідера в бізнесі
- Стратегії лідерства та його основних концепцій
- Можливості ефективної співпраці в умовах лідерських позицій

**Уміння:**

- Вивчати та узагальнювати напрями лідерства в бізнесі
- Обирати ефективні стратегії лідерства та здійснювати аналіз і оцінку
- Визначати найбільш ефективні тактичні дії щодо покращення позиції лідера

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Сучасні підходи до визначення лідерства

Тема 2. Методи оцінки лідерських позицій країни.

Тема 3. Стратегії галузевого лідерства

Тема 4. Традиційні концепції лідерства

Тема 5. Концепції ситуаційного лідерства

Тема 6. Нові концепції лідерства

Тема 7. Особистісні аспекти лідерства

Тема 8. Лідерство, мотивація, влада та делегування повноважень.

Тема 9. Роль лідерства в системі ефективної організації роботи

Тема 10. Лідерство в міжнародних компаніях

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 10)

Назва дисципліни	<i>Основи проєктного менеджменту</i> (ВК 10)
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Основні цілі і завдання вивчення навчальної дисципліни «**Основи проєктного менеджменту**» включають:

- розуміння теоретичних основ проєктного менеджменту: суть проєктного менеджменту, філософія грантових інструментів, види та типи грантів, грантрайтинг;
- розроблення стратегії проєкту: ідентифікація проблеми, зацікавлені особи, дерево проблем, стратегія проєкту, матриця проєкту;
- розуміння форми та структури проєктної заявки: актуальність, унікальність та інноваційність проєкту, мови та стиль проєкту, порядок збору та надання інформації;
- вміння формувати команду проєкту: визначення ключових учасників, виконавців гранту, партнери проєктів, лідерство;
- пошук грантодавця: класифікація донорів, аналіз грантодавців, карта донорів, інформаційні ресурси для пошуку грантових можливостей;
- підготовку заявки за проєктним підходом: постановка проблеми, довгострокові та короткострокові цілі, цільова аудиторія та бенефіціари, план-графік, очікувані результати та наслідки, моніторинг, сталість, масштабування;
- вміння з розробки фінансової частини проєкту: кошторис, бюджет, планування ресурсів та видатків, допустимі статті та видатки, співфінансування та власний внесок;
- вміння планування маркетингової компанії проєкту: поняття комунікації проєкту, маркетинговий, комунікаційний план, бренд донора.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

- Тема 1. Теоретичні основи проєктного менеджменту  
 Тема 2. Розробка стратегії проєкту  
 Тема 3. Форма та зміст проєктної заявки  
 Тема 4. Команда проєкту та лідерство  
 Тема 5. Грантодавці: пошук можливостей  
 Тема 6. Підготовка заявки за проєктним підходом  
 Тема 7. Фінансова частина проєкту  
 Тема 8. Планування комунікаційної стратегії проєкту

Назва дисципліни	<i>Маркетинговий менеджмент (BK 10)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Метою* викладання дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є виклад студентам теоретичних основ сучасного маркетингового менеджменту, методів і прийомів його застосування у практичній діяльності промислових підприємств на ринку; ознайомлення студентів з певною послідовністю здійснення аналітичної роботи методами виходу на найсприятливіші цільові сегменти-ринки, консолідації зусиль менеджменту підприємства управлінськими методами на посилення конкурентної позиції підприємства; формування здатності самостійно мислити, приймати управлінські рішення, здійснювати організацію, планування, реалізацію та контроль маркетингової діяльності на рівні підприємств.

Основними *завданнями* вивчення дисципліни є: ознайомлення здобувачів вищої освіти з системою методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття студентами вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також вирішення конкретних маркетингових завдань; формування у здобувачів вищої освіти знань та вмінь підготовки прийняття маркетингових рішень на рівні стратегічних напрямків розвитку компанії, цільових товарних ринків; формування знань та вмінь підготовки прийняття маркетингових рішень на рівні окремих інструментів комплексу маркетингу; формування знань та вмінь у розв'язанні питань організації, планування і контролю маркетингової діяльності компанії.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен набути такі результати навчання: *Знання*: принципів та сучасних тенденцій розвитку маркетингового менеджменту; завдань і функцій менеджера з маркетингу; методів організації та алгоритму планування маркетингового менеджменту на промисловому підприємстві; методик розробки маркетингових програм; завдань та методів супроводу виконання маркетингових планів та програм; методик контролю та оцінювання результатів маркетингової діяльності підприємства; можливостей та меж застосування ресурсів управління маркетингом промислового підприємства; методичних підходів до оцінювання маркетингової діяльності підприємства та його конкурентоспроможності відносно інших підприємств.

*Уміння*: використовувати маркетингові підходи і методи в діяльності підприємства; організувати роботу маркетингової служби підприємства; створювати необхідні умови для успішної реалізації маркетингового менеджменту; проектувати системи стимулювання працівників маркетингових служб, контролювати їхню діяльність; застосувати у практичній діяльності методи управління маркетингом шляхом створення маркетингових стратегій і програм; проводити аудит маркетингової діяльності; розробляти заходи щодо вдосконалення систем і методів маркетингового менеджменту промислового підприємства; досягати успіху, та протистояти конкурентному середовищу засобами маркетингового менеджменту.

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту

Тема 2. Механізм та організація маркетингового менеджменту промислового підприємства

Тема 3. Створення маркетингових підрозділів на промисловому підприємстві

Тема 4. Маркетингове планування

Тема 5. Маркетингові стратегії

Тема 6. Маркетингові програми

Тема 7. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства

<i>Назва дисципліни</i>	<i>Брендинг (ВКЗ)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: основні категорії: бренд-менеджмент, брендинг, марочна політика, індивідуальність бренду; особливості стратегії позиціонування бренду, структуру формування комунікації бренд менеджменту, моделі створення

бренду, принципи організаційного моделювання в управлінні брендингом; стратегії розвитку бренду; можливості та принципи брендингу в управлінні маркетинговою активністю; можливості створення бренду та оцінка його потенціалу; принципи організації робіт із брендингу; основи моделювання в управлінні брендингом; критерії диференціація брендингових комунікацій; формування марочної стратегії та політики.

У результаті вивчення цієї навчальної дисципліни студент повинен *уміти*: практично застосовувати на практиці методи дослідження брендів, брендингу та їх впливу на успіх продукту; використовувати методи аналізу бізнес-комунікацій у бізнесі; застосовувати практично здобуті навички з підготовки моделей створення брендів та оцінювання їх потенціалу; розробляти типові схеми написання брендів у каналах товарообігу; володіти основами управління успіхом підприємства на основі брендів та брендингу; бути готовим до кооперації з колегами, роботи в колективі; знаходити організаційно-управлінські рішення та відповідати за них; оцінювати умови та наслідки прийняття організаційно - управлінських рішень; аналізувати взаємозв'язки між функціональними стратегіями компаній для підготовки збалансованих управлінських рішень; аналізувати поведінку споживачів і формування попиту; знати економічні основи поведінки організацій; аналізувати специфіку просування брендів на зовнішніх ринках.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Бренд-менеджмент: поняття, зміст. Класифікація брендів.

Тема 2. Позиціонування та бренд-менеджмент.

Тема 3. Моделі формування та розвитку бренду.

Тема 4. Психологічні аспекти брендингу.

Тема 5. Особливості управління брендингом.

Тема 6. Стратегія розвитку бренду як рушійна сила стратегії розвитку бізнесу.

Тема 7. Територіальний брендинг. Брендинг країни.

Тема 8. Бренд-менеджмент. Розробка бренду.

Тема 9. Вимірювання марочного капіталу. Аудит бренда.

Тема 10. Просування бренда.

## ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ЧЕТВЕРТОГО РОКУ НАВЧАННЯ

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (BK 15)

Назва дисципліни	<i>Іноземна мова професійного спрямування (Англійська мова) (BK 15)</i>
Рівень вищої освіти	Бакалаврський
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4
Мова викладання	Англійська
Передумови для вивчення дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рівень володіння англійською мовою – B1+ (згідно з Національною програмою англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти).</li> </ul>
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра полікультурної освіти та перекладу
Інформаційне забезпечення	Інструменти Google for Education. Google Class підтримка 24/7.
Форма проведення занять	Практичні заняття
Форма семестрового контролю	Залік (5, 6) /екзамен (7)

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

По закінченні курсу АМПС студенти отримують здатність спілкуватися іноземною мовою в професійному міжнародному контексті з використанням сучасних інформаційних і комунікаційних технологій завдяки реалізації наступних мовленнєвих вмінь англійською мовою:

- розуміти на слух основні ідеї та розпізнавати відповідну детальну інформацію в ході обговорень, офіційних доповідей, лекцій, телефонних розмов, бесід, що за темою пов'язані з фаховим навчанням та спеціальністю;
- читати і детально розуміти автентичні тексти, пов'язані зі спеціальністю, службову кореспонденцію; визначати намір автора письмового тексту і комунікативні наслідки висловлювання (напр., службових записок, листів, звітів);
- вести у стандартному форматі ділову та професійну кореспонденцію; точно фіксувати повідомлення по телефону та від відвідувачів; писати з високим ступенем граматичної коректності резюме, протоколи та ін.
- спілкуватися усно на професійну тематику, виступати з підготовленими індивідуальними презентаціями щодо широкого кола тем професійного спрямування; аргументувати свою думку стосовно актуальних тем академічного та професійного життя.
- запитувати з метою пошуку інформації; знаходити конкретну інформацію англійською мовою, пов'язану зі спеціальністю;

Студенти матимуть робочі знання:

- граматичних структур,
- правил англійського синтаксису,
- мовних форм, та
- широкого діапазону словникового запасу (у тому числі термінології), що є необхідними в академічній та професійній сферах

для гнучкого вираження відповідних функцій та понять та для розуміння і продукування широкого кола усних та письмових висловлювань професійного мовлення.

Студенти також опанують соціолінгвістичними та прагматичними компетенціями задля

- розуміння різних корпоративних культур в конкретних професійних контекстах;
- застосування міжкультурного розуміння у процесі безпосереднього усного і писемного спілкування;
- належної поведінки в типових професійних ситуаціях відповідно правил взаємодії між людьми у таких ситуаціях.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Ведення бізнесу в різних культурах. Стереотипи.
2. Люди та компанії. Посадові інструкції.
3. Встановлення початкових ділових контактів між культурами.
4. Гостинність у різних культурах. Ділові відрядження.
5. Результати діяльності компанії.
6. Розуміння часу рідними культурами. Пунктуальність.
7. Спілкування на роботі. Канали зв'язку.
8. Прийняття рішень у різних культурах.
9. Безпека праці на робочому місці.
10. Підбір та навчання персоналу: процедури та методи.
11. Переговори між культурами. Стили переконання.
12. Міжнародний бізнес. Шляхи виходу на нові ринки.
13. Організація. Працевлаштування. Управління змінами.
14. Етика на робочому місці.
15. Управління та відносини між працівниками в різних культурах.
16. Мотивація на робочому місці.
17. Обслуговування клієнтів. Контракти між культурами.
18. Лідерство.

Назва дисципліни	<i>Друга іноземна мова (словацька, іспанська, французька, німецька) (BK 15)</i>
Рівень вищої освіти	бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська, словацька, іспанська, німецька
Передумови для вивчення дисципліни	Навчальна дисципліна «Друга іноземна мова (словацька)» є однією із складових вивчення іноземних мов для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр спеціальності «Менеджмент» та розрахована на студентів, які бажають розуміти, перекладати тексти іноземною мовою загального тематичного спрямування, отримати вміння та навички усного мовлення на основі даного лексичного та граматичного матеріалу. Вивчення даної дисципліни ґрунтується на загальнолінгвістичних знаннях, набутих студентами в рамках вивчення першої іноземної мови.
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра полікультурної освіти та перекладу
Інформаційне забезпечення	Підручники, аудіо, відео

Форма проведення занять	Практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

### Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Предметом курсу є лексика, граматики та стилістика словацької мови, необхідна для здійснення спілкування та отримання необхідної інформації іноземною мовою на рівні незалежного користувача.

У результаті вивчення курсу студенти повинні знати:

- розуміти основний зміст чіткого нормативного мовлення на теми, близькі і часто вживані на роботі, у навчанні, під час дозвілля, тощо;
- граматичних структур, що є необхідними для гнучкого вираження відповідних функцій та понять, а також для розуміння і продукування широкого кола текстів у професійній сфері;
- правил словацького синтаксису, задля вміння розпізнавати та продукувати широке коло текстів в професійній сфері;
- мовних форм, властивих для офіційних та розмовних реєстрів професійного мовлення;
- писати у стандартному форматі деталізовані завдання, пов'язані з навчанням та спеціальністю;
- широкого діапазону словникового запасу (у тому числі термінології), що є необхідним;
- просто і зв'язано висловитись на знайомі теми або теми особистих інтересів, описати досвід, події, сподівання, мрії тощо; робити усну підготовлену доповідь/презентацію на професійно орієнтовану тематику, ставити та відповідати на запитання, вести дискусію;
- мати відомості про Словаччину, її історію, культуру та традиції, сучасні лінгвокраїнознавчі реалії.

### Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем для словацької мови):

**Тема 1.** Загальні відомості про словацьку мову та Словаччину. Алфавіт. Голосні звуки. Дифтонги. Специфічні словацькі приголосні. Наголос і довгота. Засвоєння необхідних виразів: привітання, прощання, подяка та ін.

**Тема 2.** Дієслова *byt'* і *mat'* у теперішньому минулому і майбутньому часах. Складання діалогів. Категорія відмінка. Типи відмінювання іменників. Фонетичні вправи.

**Тема 3.** Дієслівні основи. Дієслова теперішнього часу. Дієслова типу *pracovat'*. Особові та присвійні займенники. Фонетичні вправи.

**Тема 4.** Категорія роду. Семантико-граматична категорія істоти (*životnosť*). Правила вживання прізвищ. Модальні дієслова у теперішньому часі. Фонетичні вправи.

**Тема 5.** Дієслова минулого часу. Словозміна модальних дієслів у минулому часі. Кількісні та порядкові числівники від 1 до 10. Фонетичні вправи.

**Тема 6. Знайомство.** Вказівні займенники *ten, tá, to*. Прикметники в називному відмінку однини і множини. Дієслова типу *bit'*.

**Тема 7. Моя сім'я.** Називний відмінок множини іменників чоловічого роду. Творення жіночих назв від чоловічих. Теперішній час дієслів типу *robit', vidiet', držat'*.

**Тема 8. Моя кімната.** Відмінювання іменників чоловічого роду типу *chlap, hrdina*. Словозміна дієслів типу *mrznút'*.

**Тема 9. Мій робочий день.** Відмінювання іменників чоловічого роду типу *dub*. Вживання прийменників *do, k(ku)*. Словозміна нерегулярного дієслова *ist'*.

**Тема 10. Як я проводжу свій вільний час.** Відмінювання іменників чоловічого роду типу *stroj*. Відмінювання назв тварин чоловічого роду. Словозміна дієслів типу *chytat'*.

Прийменники *pre, pri*.

**Тема 11. Школа. Навчання.** Типи відмінювання іменників жіночого роду. Тип *žena*. Словозміна дієслів типу *rozumiet'*. Прийменники *s (so), z (zo)*.

**Тема 12. На українсько-словацькому кордоні.** Відмінювання іменників жіночого роду типу *ulica*. Словозміна дієслів типу *česať, žať*.

**Тема 13. Словацька Республіка.** Відмінювання іменників середнього роду типу *mesto, srdce*. Вираження причини.

**Тема 14. Навчання у Словаччині.** Питальний займенник *aký?* Відмінювання прикметників типу *pekný, cudzí*. Порядкові числівники.

**Тема 15. У бібліотеці.** Числівники. Кількісні числівники. Синтаксичний зв'язок кількісних числівників з іменниками. Відмінювання кількісних числівників. Збірні, дробові, видові, кратні, неозначено-кількісні числівники.

**Тема 16. У лікаря.** Відмінювання особових та зворотного займенників. Прислівники. Словозміна дієслів типу *niest', brat', triet', minút'*.

**Тема 17. Подорож.** Питальний займенник *čí?* Утворення та відмінювання присвійних прикметників (*otcov, matkin*). Відмінювання присвійних займенників. Заперечні та неозначені займенники.

**Тема 18. У готелі.** Відмінювання займенників *sám, všetok*. Ступені порівняння прикметників та прислівників.

**Тема 19. Пори року.** Відмінювання іменників жіночого роду типу *dlaň, kost'*. Непродуктивні типи *gazdiná, pani*. Словозміна нерегулярних дієслів *stat' sa, stát'*.

**Тема 20. Майбутня професія.** Відмінювання іменників середнього роду типу *vysvedčenie*. Дієслова доконаного і недоконаного виду. Майбутній час дієслів.

**Тема 21. У супермаркеті. Послуги.** Зворотні дієслова з компонентом *sa*. Прийменники.

**Тема 22. Нове помешкання.** Зворотні дієслова з компонентом *si*. Прийменники з відношенням причини.

**Тема 23. Зимовий відпочинок у Високих Татрах.** Умовний спосіб дієслів. Порядок слів при використанні умовного способу. Умовні речення. Прийменники з відношенням умови.

**Тема 24. Час.** Підрядне речення часу. Прийменники з часовим відношенням. Конструкції на позначення часу.

**Тема 25. У гостях.** Наказовий спосіб дієслів.

**Тема 26. Каникули у селі.** Відмінювання іменників середнього роду типу *dievča*. Творення назв малят. Відносно присвійні прикметники. Відмінювання прикметників типу *páví*.

**Тема 27. Спілкування: лист, електронна пошта, телефонна розмова.** Правопис *i, í, u, ú*. Вибрані слова. Прийменники з відношенням мети. Підрядні речення мети.

**Тема 28. Назви країн. Євросоюз.** Власні і загальні назви іншомовного походження. Відмінювання іменників типу *kuli*. Дієприслівники.

**Тема 29. У ресторані.** Активні дієприкметники. Прийменники з просторовим відношенням. Словозміна нерегулярного дієслова *jest'*.

**Тема 30. У банку.** Пасивні дієприкметники минулого часу. Пасивний стан. Підрядне допустове речення. Прийменники з допустовим відношенням.

**Тема 31. Одяг, мода.** Закон ритмічного скорочення. Частки. Вигуки.

**Тема 32. У театрі.** Дієслівне керування. Іменники Pluralia Tantum.

**Тема 33. У Карпатах.** Віддієслівні іменники. Підрядне речення місця. Прийменники з просторовим відношенням.

**Тема 34. Відпочинок на морі.** Сполучники. Пряма мова.

**Тема 35. Експерсія містом.** Уживання інфінітива.

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 16)

Назва дисципліни	<i>Управління інвестиціями (ВК 16)</i>
Рівень вищої освіти	бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОКП 1.17 Основи менеджменту ОКП 1.18 Методи менеджменту та адміністрування ОКП 1.27 Фінанси, гроші та кредит ОКП 1.29 Методи прийняття управлінських рішень ОКП 1.30 Менеджмент проектів
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю*	залік

#### Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

##### Спеціальні компетентності:

Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. (С2); Здатність визначати перспективи розвитку організації. (С3); здатність діяти соціально відповідально і свідомо (С6); Здатність планувати діяльність організації та управляти часом. (С8); розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності (С13);

##### Програмні результати навчання:

Р4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.  
Р6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. Р7 Виявляти навички організаційного проектування. Р11 Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації Р12 Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації

#### Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Теоретичні основи управління інвестиціями

Інвестиційний ринок та інвестиційна політика держави

Інвестиційна безпека: сутність та особливості оцінки

Інвестиційні рішення компанії та інвестиційна стратегія

Методичний інструментарій інвестиційного менеджменту

Прийняття інвестиційних рішень

Методи оцінки інвестицій

Інвестиційний проект та вимоги до його розробки

Ризик-менеджмент інвестиційних проектів

Формування інвестиційної програми

Оцінка інвестиційних якостей інструментів фондового ринку  
 Формування й оцінка інвестиційного портфелю компанії

Назва дисципліни	<b>Страховання у бізнесі (БК 16)</b>
Рівень вищої освіти	бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОКЗ 1.6 Теорія ймовірності і математична статистика ОКЗ 1.8 Економіко-математичні методи та моделі ОКП 1.17 Основи менеджменту ОКП 1.27 Фінанси, гроші та кредит
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю*	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**Спеціальні компетентності:**

Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. (С2); Здатність визначати перспективи розвитку організації. (С3); здатність діяти соціально відповідально і свідомо (С6); Здатність планувати діяльність організації та управляти часом. (С8); розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності (С13);

**Програмні результати навчання:**

Р4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. Р6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. Р7 Виявляти навички організаційного проектування. Р11 Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації Р12 Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Сутність, принципи і роль страхування

Класифікація страхування

Страхові ризики та їх оцінка

Страховий ринок

Страхова організація

Державне регулювання страхової діяльності
Практичні аспекти страхової діяльності.
Особисте страхування
Майнове страхування
Страхування відповідальності
Перестраховання і співстраховання
Доходи, витрати і прибуток страховика
Фінансова надійність страхової компанії

Назва дисципліни	<i>Інноваційний менеджмент (ВК 16)</i>
Рівень вищої освіти	бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK 17 Теорія організації OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю*	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Мета курсу – викладення студентам необхідних теоретичних основ, методичних підходів і формування у студентів практичних навичок щодо принципів, прийомів і методів реалізації інноваційної політики підприємства, форм інновацій, методів та основного інструментарію щодо їх створення й реалізації, побудови системи менеджменту інноваційними процесами та їх державного регулювання, опанування практичних методів стратегічного управління інноваціями та оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати: економічну сутність основних категорій інноваційної теорії; задачі, принципи та сутність основних етапів здійснення інноваційного менеджменту як на рівні підприємства, так і країни взагалі; особливості інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства; структуру чинників оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства і механізм їх впливу на процес прийняття та реалізації управлінських рішень щодо реалізації інноваційних процесів; матричні методи

визначення стадії життєвого циклу інноваційної продукції та стратегічних напрямків розвитку інноваційної діяльності на підприємстві; структуру та особливості застосування засобів стимулювання персоналу суб'єктів господарювання до здійснення інноваційних процесів; особливості регулювання та державної підтримки інноваційних процесів в Україні та за кордоном.

У результаті вивчення дисципліни студенти мають здобути наступні практичні навички та уміння: правильно формулювати місію та цілі підприємства або його підрозділів використовуючи інформацію щодо діяльності підприємства та його оточення за допомогою встановлених правил; визначати стадію життєвого циклу продукту та основні напрямки реалізації заходів щодо підвищення ефективності виробництва; генерувати та проводити попередній відбір комерційно привабливих інноваційних рішень шляхом розробки карт ідей з використанням методів генерації ідей (мозкового штурму, колективного блокноту тощо); робити обґрунтований вибір фінансових джерел, що залучаються на інноваційні цілі; визначати терміни реалізації інноваційних проектів шляхом побудови мережевих графіків; оцінювати вартість інтелектуальної власності, що лежить в основі інноваційного товару, в т.ч. технологій (методом переваги в прибутку, виграшу в собівартості, надлишкового прибутку, роялті, звільнення від роялті, прямого порівняння продажів, вартості створення); визначати науково-технічний рівень інноваційної продукції; відбирати варіант інвестування окремих проектів на основі розрахунку відповідних показників, що свідчать про інвестиційну привабливість проекту; підбирати релевантну інформацію щодо дії факторів внутрішнього середовища, аналізувати та узагальнювати її у відповідних документах виявляти загрози й можливості впливу внутрішніх та зовнішніх чинників діяльності підприємств.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Сутнісна характеристика інновацій та інноваційних процесів

Тема 2. Державне регулювання та підтримка інноваційної діяльності

Тема 3. Організаційні форми і фінансування інноваційної діяльності

Тема 4. Управління інноваційними процесами

Тема 5. Оновлення техніко-технологічної бази підприємства

Тема 6. Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства

**Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 13)**

Назва дисципліни	<i>Управління конкурентоспроможністю підприємств (ВК 13)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4

Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Дисципліни: «Мікроекономіка», «Економічна теорія», «Основи підприємництва та ринкової діяльності», «Економіка та фінанси підприємства»
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма, навчально-методичний комплекс
Форма проведення занять	Лекційні і практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

#### **Загальні компетенції:**

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. (33)

Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (35)

Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. (311)

Здатність генерувати нові ідеї (креативність). (312)

Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. (313)

Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). (315)

#### **Спеціальні компетенції:**

Здатність визначати та описувати характеристики організації. (C1)

Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. (C2)

Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними. (C4)

Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту (C5)

Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (C6)

Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. (C7)

Здатність планувати діяльність організації та управляти часом. (C8)

Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. (C9)

Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації. (C10)

Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення. (C12)

Розуміти принципи і норми права та використовувати їх у професійній діяльності. (C13)

Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. (C14)

Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. (C15)

#### **Результати:**

Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. (P5)

Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи. (P9)

Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації. (P10)

Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. (P11)

Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації. (P12)

Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами. (P13)

Ідентифікувати причини стресу, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації. (P14)

Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності. (P15)

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути

критичним і самокритичним. (P16)

Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера. (P17)

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги: суть та роль у діяльності підприємства
2. Конкурентні переваги підприємства
3. Діагностика конкурентоспроможності підприємства
4. Оцінка конкурентоспроможності продукції
5. Оцінка конкурентоспроможності персоналу
6. Оцінювання конкурентоспроможності торгівельної марки
7. Стратегічний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства
8. Використання результатів конкурентного аналізу при розробці маркетингової стратегії підприємства

**Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (BK 14)**

Назва дисципліни	<i>Маркетингова діяльність підприємства (BK 14)</i>
Рівень вищої освіти	перший
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4

Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	навчальні дисципліни: основи підприємництва та ринкової економіки, маркетинг, економіка і фінанси підприємства, основи ринкового ціноутворення, бізнес-планування
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	БАММ
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні і практичні
Форма семестрового контролю*	залік

### Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студент **повинен знати:**

- загальні положення, суть і закони розвитку дисципліни, теорію і практику організації й управління маркетинговою діяльністю на підприємстві;
- усвідомити роль і значення дисципліни серед економічних наук;
- усвідомити роль дисципліни у розробці шляхів формування соціально-орієнтованої економічної системи суспільства;
- загальні основи функціонування суспільства, механізм дії та використання елементів маркетингу у процесі господарської діяльності;
- економічні основи маркетингової діяльності підприємства;
- види, функції та принципи маркетингу;
- про роль, місце та завдання маркетингу на підприємстві;
- про маркетингову інформаційну систему, середовище підприємства.

Студент **повинен вміти:**

- оперувати основними економічними поняттями курсу та працювати з різними джерелами;
- використовувати методи наукового дослідження в процесі вивчення дисципліни та економічних процесів;
- обґрунтовувати принципи і закони розвитку маркетингу як складової економічних систем;
- вміти аналізувати, порівнювати, узагальнювати факти минулого і сучасності, співставляти різні точки зору на події, які відбуваються, обґрунтовувати свою точку зору;
- застосовувати теоретичні знання з маркетингу в практичній діяльності.

Прослуховування курсу забезпечить формування у студентів системи **компетентностей**, які є критеріями оцінки якості знань з курсу.

*Загальні компетентності:*

35. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

310. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.

312. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

*Спеціальні компетентності:*

C2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

C9. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

C11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.  
 C14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток маркетингових концепцій

Тема 2. Маркетингова система підприємства

Тема 3. Загальна характеристика маркетинг-міксу на підприємстві («5Р»)

Тема 4. Середовище маркетингу та система маркетингових досліджень на підприємстві

Тема 5. Маркетингова товарна політика на підприємстві

Тема 6. Маркетингова цінова політика на підприємстві

Тема 7. Маркетингова комунікаційна, збутова та розподільча політика на підприємстві

Назва дисципліни	<i>Інформаційний бізнес (BK 14)</i>
Рівень вищої освіти	перший
Курс (рік) навчання	четвертий
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	навчальні дисципліни: основи підприємництва та ринкової економіки, маркетинг, економіка і фінанси підприємства, основи ринкового ціноутворення, бізнес-планування
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	БАММ
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Вивчаються сучасні форми організації, засоби та методи ведення бізнесу у сфері інформаційних продуктів і послуг та із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій.

У результаті вивчення дисципліни студент **повинен знати:**

- загальні положення, суть і закони розвитку дисципліни, теорію і практику організації й управління інформаційним бізнесом на підприємстві;
- усвідомити роль і значення дисципліни серед економічних наук;
- загальні основи інформаційного бізнесу, механізм дії та використання його елементів у процесі господарської діяльності підприємства;
- організаційно-правові основи ведення інформаційного бізнесу.

Студент **повинен вміти:**

- оперувати основними економічними поняттями курсу та працювати з різними джерелами;
- використовувати методи наукового дослідження в процесі вивчення дисципліни та економічних процесів;

- обґрунтовувати принципи і закони розвитку інформаційного бізнесу як складової сучасної економічної системи;
  - застосовувати теоретичні знання з інформаційного бізнесу в практичній діяльності, зокрема вміння з: організації, реалізації та управління бізнес-проектами у сфері інформаційних продуктів і послуг із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема хмарних інформаційних систем менеджменту та у міжнародному контексті.
- Прослуховування курсу забезпечить формування у студентів системи **компетентностей**, які є критеріями оцінки якості знань з курсу.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

- Тема 1. Інформаційна економіка і перехід до інформаційного суспільства
- Тема 2. Поняття інформаційного бізнесу і закони розвитку інформаційного виробництва
- Тема 3. Інформаційний ринок і механізм його функціонування
- Тема 4. Організаційні структури фірми інформаційного бізнесу
- Тема 5. Франчайзинг в інформаційному бізнесі
- Тема 6. Виробнича система підприємств інформаційного бізнесу
- Тема 7. Планування в середовищі інформаційної системи
- Тема 8. Інформаційна інфраструктура підприємства інформаційного бізнесу
- Тема 9. Основи ергономіки в організації виробничого середовища підприємства інформаційного бізнесу