

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

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вчено радою факультету історії та
міжнародних відносин
Протокол № 7 від 19 грудня 2022 р

**КАФЕДРАЛЬНИЙ КАТАЛОГ
ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН**

на 2023/2024 навчальний рік

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

Ужгород 2022

ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДРУГОГО РОКУ НАВЧАННЯ

Назва дисципліни	<i>Сучасні концепції управління організаціями</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK5 Мікроекономіка OK6 Макроекономіка OK9 Основи економіки та підприємництва OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK17 Теорія організації
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» Мальська М. П., Білоус С. В. Менеджмент організацій : теорія та практика: навч. посібн. / Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 190 с. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навч. посібн. / Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 560 с. Certo C. S., Certo S. T. Modern Management: Concepts and Skills, Global Edition (ABE) / Pearson education, 2018. 576 p.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета навчальної дисципліни: підготовка висококваліфікованих фахівців, що володіють навичками наукової, методичної, консультативної, інноваційної та креативної науково-проектувальної діяльності у соціокультурній сфері іноземною мовою, здатні розробляти та використовувати науково, інноваційно-обґрунтовані підходи до організації та управління внутрішніми та зовнішніми соціокультурними процесами.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: види та характеристики сучасних концепцій управління; сутність та значення концепції процесного управління; погляди науковців на формування концепції управління за цілями; процес управління підприємства за допомогою розробки та реалізації сучасних проєктів; сутність та значення сучасної концепції управління якістю; сутність та характеристику контролінгу як сучасної концепції управління підприємством; особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів; задачі менеджменту знань та сутність процесу управління знаннями; сутність та значення сучасної концепції логістики; сучасні технології управління персоналом; сутність та значення концепції антикризового управління; концептуальну модель системи управління фінансами підприємства; принципи кайдзен-менеджменту; процес формування концепції діджитал менеджменту; основні принципи та етапи концепції бенчмаркінгу; сутність та принципи концепції LEAN-управління; структурні елементи концепції збалансованої системи показників; сутність, значення, принципи та методи тайм-менеджменту; сутність та значення концепції гнучкого менеджменту; сутність та характеристику сучасної концепції ризик-менеджменту; сутність та значення сучасної концепції бренд-менеджменту.

вміти: визначати які сучасні концепції управління використовують у своїй діяльності українські підприємства; визначати переваги та недоліки використання концепції процесного управління; раціонально використовувати в діяльності підприємств концепцію управління за цілями; поетапно здійснювати проєктно-орієнтоване процесне управління; здійснювати порівняльний аналіз управління якістю в підприємствах України та інших країнах світу; аналізувати організаційні основи створення системи контролінгу у підприємстві; здійснювати організацію робіт з реінжинірингу бізнес-процесів; на практиці застосовувати концепцію знань; аналізувати та використовувати в практичній діяльності підприємств концепцію логістики; проводити дослідження та впроваджувати в діяльність підприємств сучасні технології управління персоналом; аналізувати та оцінювати стан діяльності підприємств та вчасно впроваджувати необхідні антикризові заходи; визначати стійкість фінансової системи підприємства; застосовувати в практичній діяльності підприємств концепцію кайдзен-менеджменту; аналізувати та прогнозувати необхідність впровадження діджитал технологій в діяльність підприємств; застосовувати методику проведення бенчмаркінгу; використовувати концепцію LEAN-управління в діяльності підприємств; проводити аналіз та формувати збалансовану систему показників в українських підприємствах; застосовувати в практичній діяльності підприємств концепцію тайм-менеджменту; використовувати Agile-методології в діяльності підприємств; застосовувати в практичній діяльності підприємств концепцію ризик-менеджменту; проводити дослідження та впроваджувати в діяльність підприємств концепцію бренд-менеджменту.

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

- Тема 1. Сучасне бачення організації та управління
- Тема 2. Концептуальні основи менеджменту в інформаційній економіці
- Тема 3. Еволюція теорій в менеджменті.
- Тема 4. Організаційна динаміка і вирішення конфліктів
- Тема 5. Еволюція організаційних структур. Поняття організаційного дизайну.
- Тема 6. Крос-культурні концепції менеджменту
- Тема 7. Процесна концепція в менеджменті.
- Тема 8. Сучасні концепції в стратегічному управлінні

Назва дисципліни	<i>Психологія управління</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK4 Філософія OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK17 Теорія організації
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» Ходаківський Є. І. Психологія управління. 5-те вид. перероб. та доп. Х69 [текст] Підручник. / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. К.: Центр учбової літератури, 2016. Жаворонкова Г.В., Скібіцький О.М., Сівашенко Т.В. Управління конфліктами: Навч. посіб. / Г.В. Жаворонкова, О.М. Скібіцький, Т.В. Сівашенко Т.В. К.: Каравела, 2018. Войнович М.В. Карамушка Л.М. Психологічні основи розв'язання управлінських конфліктів в освітніх закладах. / М.В. Войнович, Л.М. Карамушка //Управління закладами середньої освіти: психологічні аспекти. – К. Ін-т психології АПН України, 2001.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета: поглиблення знань стосовно природи управлінських процесів.

Завдання: формування у студентів необхідних знань та практичних навичок щодо раціоналізації управлінської діяльності на основі використання психологічних механізмів, закономірностей, прийомів, а також формування і розвиток особистих та ділових якостей.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: мету вивчення, зміст дисципліни; основні поняття психології управління як спеціальної галузі психологічної науки; сучасні підходи, що використовуються у цій системі знань; психологічний контекст управлінських відносин та психологічні закономірності управлінського процесу; соціально-психологічні механізми та методи управлінського впливу; особливості як суб'єкта управління; психологічні аспекти, інструментарій управління трудовим колективом; особливості ділового спілкування; методи проведення соціально-психологічних досліджень в управлінні соціально-економічними системами.

вміти: застосовувати психологічні знання в управлінській діяльності; визначати закономірності управління; застосовувати методи саморозвитку особистості керівника; використовувати методи дослідження соціально-психологічних тенденцій в організації; застосовувати методи аналізу соціально-психологічних передумов результативності управлінського процесу; застосовувати соціально-психологічні методи управління, а також методи та прийоми психогігієни в управлінні.

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

ТЕМА 1. Психологія управління як галузь психологічного знання

ТЕМА 2. Методологія та методи психології управління

ТЕМА 3. Особистість як соціально-психологічний феномен управління

ТЕМА 4. Психологічний зміст функцій управління

ТЕМА 5. Психологія особистості керівника

ТЕМА 6. Типи керівника та психологія впливу його на підлеглих

ТЕМА 7. Психологія стресу у діяльності керівника

ТЕМА 8. Психологія ділового спілкування в системі управління персоналом

ТЕМА 9. Психологія управління групами та трудовим колективом

ТЕМА 10. Психологія конфліктів в управлінні та шляхи їх розв'язання

Назва дисципліни	<i>Трансформаційна економіка та економічна політика держави</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК5 Мікроекономіка ОК6 Макроекономіка ОК9 Основи економіки та підприємництва
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Амоша О.І. (2011) Структурні реформи економіки: світовий досвід, інститути, стратегії для України: [монографія]. Тернопіль: Екон. думка. 846 с. Головнина О.Г. (2013) Основи соціальної економіки. 2-е вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури. 648 с. Литвиненко А.В. (2010) Трансформаційна економіка та економічна політика держави: навч. посіб. Харків: ХНЕУ. 200 с. Сало І.В., Єпіфанова М.А., Соколенко К.О. (2013) Методологічні засади формування економічної політики України: [монографія]. Суми: Унів. кн.. 224 с. Школа І.М. (ред.), Бабінська О.В. (ред.) (2014) Трансформації в глобальній економіці та Україна: монографія Чернівці: Друк Арт, 2014. 416 с. Coeuré V., Jacquet P. (2010) Economic Policy: Theory and Practice. Oxford University Press. 709 p.
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю	залік

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

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук

Загальні компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

Спеціальні компетентності:

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

Здатність визначати перспективи розвитку організації

Програмні результати навчання:

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень

Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації

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

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

Метою вивчення дисципліни «Трансформаційна економіка та економічна політика держави» є формування у студентів ґрунтовних знань щодо закономірностей формування і реалізації економічної політики, теоретичних та практичних аспектів регулюючої діяльності державних інститутів у трансформаційних економіках.

Тема 1. Трансформація сучасного капіталізму

Тема 2. Соціалізація економіки та соціальна держава

Тема 3. Людський, соціальний та інтелектуальний капітал як форми існування інформаційного суспільства

Тема 4. Передумови та цілі системної трансформації соціалізму

Тема 5. Інституціональні основи системної постсоціалістичної трансформації

Тема 6. Трансформація відносин власності

Тема 7. Становлення ринку факторів виробництва

Тема 8. Сутність, цілі та еволюція концепцій економічної політики.

Тема 9. Інструменти та методи сучасної економічної політики в трансформаційній економіці

Тема 10. Політика економічного зростання у перехідний період

Тема 11. Фіскальна та монетарна політика як складові фінансової стабілізації в трансформаційній економіці

Тема 12. Зайнятість, доходи населення та соціальна політика в умовах ринкових перетворень

Тема 13. Принципи формування підприємницького середовища у перехідній економіці

Тема 14. Регіональна економічна політика у перехідній економіці

Назва дисципліни	<i>Поведінкова економіка</i>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК5 Мікроекономіка ОК6 Макроекономіка ОК9 Основи економіки та підприємництва
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	1. Вахітов В., Григоренко Є. (2017) Поведінкова економіка: чому ми любимо помилятися. URL: https://voxukraine.org/povedinkova-ekonomika-chomu-mi-lyubimo-pomilyatisya/ 2. Грабовська С.Л. (2014) Психологічні аспекти комунікаційного менеджменту організації: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. 456 с. 3. Помиткіна Л. В. (2013) Психологія прийняття особистістю стратегічних життєвих рішень: монографія. Київ: Кафедра. URL: http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/31523/1/моногр.pdf 4. Талер Р. (2018) Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення. Київ: Наш формат. 464 с. 5. Талер Р. (2022) Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду. 3-тє вид. Київ: Наш формат. 464 с. 6. Heath Ch., Heath D. (2013) Decisive: How to Make Better Choices in Life and Work. New York : Crown Business. 243 p. 7. Kahneman D. (2011) Thinking, fast and slow. New York: Farrar, Straus, and Giroux. 656 p

	8. Pennycook G., Fugelsang J., Koehler D. (2015) What makes us think? A three-stage dual-process model of analytic engagement. <i>Cognitive Psychology</i> . 2015. Vol. 80. P. 34–72. 9. Sheth S. Investigating the Physiology of Human Decision-Making URL: https://dana.org/grant/investigating-the-physiology-of-human-decision-making/
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю*	залік

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

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук (I1)

Загальні компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу (33)

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (34)

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (39)

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

Здатність генерувати нові ідеї (креативність). (312)

Спеціальні компетентності:

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

Здатність визначати перспективи розвитку організації (C3)

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

Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (C6)

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

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

Програмні результати навчання:

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень (P6)

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

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)

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

Поведінкова економіка в системі економічного знання. Когнітивна психологія та

економічна поведінка. Продуктивне мислення. Психологія прийняття рішень.

Нейроекономіка. Соціальні аспекти поведінкової економіки. Грошова поведінка.

Податкова поведінка. Підприємницька поведінка. Експериментальна економіка.

Нейромаркетинг.

Назва дисципліни	<i>Етика ділового спілкування</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК4 Філософія ОК15 Організація діяльності менеджера
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 семінарські заняття
Форма семестрового контролю*	Залік

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

Метою викладання дисципліни «Етика ділового спілкування» 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.
- 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 релейшнз); 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.

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення даної навчальної дисципліни, використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

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

Тема 1. Спілкування як частина культури управління.

Тема 2. Види ділового спілкування.

Тема 3. Конфліктні правила вирішення конфлікту.

Тема 4. Діловий етикет.

Тема 5. Гуманістична спрямованість етики спілкування та її значення.

Тема 6. Комунікативна позиція. Способи впливу на особистість у спілкуванні. Маніпулювання та актуалізація.

Тема 7. Поняття комунікативної рівноваги. Бар'єри у спілкуванні, чинники їх виникнення.

Тема 8. Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.

Тема 9. Характеристика вербальних і невербальних засобів спілкування.

Тема 10. Невербальні засоби спілкування. Особливості їх використання у діловому спілкуванні.

Тема 11. Форми ділового спілкування.

Тема 12. Ділове спілкування народів світу.

Тема 13. Психологія педагогічного спілкування як різновиду ділової та професійної взаємодії.

Тема 14. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.

Назва дисципліни	Сучасні бізнес-комунікації
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK4 Філософія OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент»
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» Абетка соціальних комунікацій : довідник [Текст] / за наук. ред. Л. Г. Масімової. К. : Жнець, 2014. 152 с. Білан Н. І. Інформаційна парадигма соціальних комунікацій: монографія [Текст] / К. : СПД Паливода, 2016. 379 с. Ломачинська І. М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій [Текст] : навч. посіб. / І. М. Ломачинська, Ю. П. Якимюк, Л. В. Ломачинська; К.: ЦУЛ, 2014. 336 с. Холод О. Медіа й теорії соціальних комунікацій : монографія / К.: Видавничий центр ПВНЗ «Інститут реклами», 2017. 409 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Програмні результати навчання:

знати: специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової бізнес-комунікацій; основні засади та принципи бізнес-комунікацій; основні методи, технології бізнес-комунікацій; концептуальні основи і стратегії бізнес-комунікацій; обов'язкові елементи та фази бізнес-комунікацій; порядок

формування ефективних комунікацій на підприємстві; основні елементи забезпечення ефективних комунікацій; методи вирішення комунікаційних конфліктів; особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації); перспективи бізнес-комунікацій в інформаційному суспільстві;
вміти: приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження; розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері бізнес-комунікацій; орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасних бізнес-комунікацій і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні; оцінювати ефекти застосування форм бізнес-комунікацій; самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство;

розуміти: місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка бізнес-комунікацій в сучасному інформаційному суспільстві; якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика.

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

Тема 1. Поняття комунікації: цілі, функції, етапи

Тема 2. Ділова комунікація

Тема 3. Вербальні засоби ділової комунікації

Тема 4. Невербальні засоби ділової комунікацій

Тема 5. Комунікативні бар'єри

Тема 6. Маніпуляції в комунікаціях

Тема 7. Організація і проведення нарад і зборів

Тема 8. Ділова бесіда та організація ділових переговорів

Тема 9. Спілкування електронною поштою

Тема 10. Новітні інформаційні технології у міжнародній комунікації

Тема 11. Етика ділових комунікацій

Назва дисципліни	<i>Управління людським капіталом</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Лібанова Е. М. Людський розвиток в Україні : інноваційний вимір: кол. монографія. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. 316 с. Грішнова, О. А. Людський капітал : формування в системі освіти і професійної підготовки. К. : Знання, 2001. 254 с. Продуктивність праці та продуктивність капіталу: стат. бюлетень // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. К., 2018. 12 с. Інвестування в людський капітал у системі чинників забезпечення гідної праці: монографія / За наук. ред. О. А. Грішнкової. К. : КНЕУ, 2015. 222 с. Гавкалова Н. Л. Проблеми ідентифікації соціального капіталу // Формування ринкової економіки. 2005. № 6. С. 117–122. Жуков С. А. Методологічний аналіз системи управління людським капіталом в умовах активізації інноваційної діяльності. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 3(49). URL: https://metodolog-chniy-anal-z-sistemi-upravl-nnyalyudskim-kap-
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Метою даного курсу є формування професійних знань та компетентностей необхідних для системного та комплексного управління людським капіталом для підвищення економічної ефективності функціонування суб'єктів економіки всіх рівнів.

Завданням вивчення дисципліни «Управління людським капіталом» є формування теоретичних знань щодо теорій, концепцій, моделей, принципів управління людським капіталом та практичне їх застосування в професійній діяльності; теоретична підготовка студентів із питань:

- сутності основних понять і категорій управління;
- системи методів управління людським капіталом;
- концепцій людського капіталу;
- концепцій людського розвитку. Індексу людського розвитку;
- мотивації економічної активності населення;
- управління людським капіталом на різних стадіях розвитку підприємства;
- оцінювання ефективності управління людським капіталом.

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

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи вивчення людського капіталу.

Тема 1. Теорія людського капіталу.

Тема 2. Людський капітал в системі чинників соціально-економічного розвитку.

Тема 3. Людський капітал як чинник факторного розподілу доходів та політики перерозподілу.

Тема 4. Управління людським капіталом: роль держави

Тема 5. Управління людським капіталом на рівні підприємства

Змістовий модуль 2. Ринкові механізми управління людським капіталом.

Тема 6. Стратегічна роль кадрової служби в управлінні людським капіталом

Тема 7. Процес стратегічного управління людським капіталом.

Тема 8. Аналіз управління людським капіталом на рівні підприємства.

Тема 9. Організаційні стратегії управління людським капіталом.

Тема 10. Функціональні стратегії управління людським капіталом

Тема 11. Управління людським капіталом на різних стадіях розвитку підприємства.

Тема 12. Оцінювання ефективності управління людським капіталом.

Назва дисципліни	<i>Соціальний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Бойко М.М. Соціальний капітал як чинник конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2014. № 1. С. 486–495. URL: http://www.tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2014_28_2/zb28_2_43.pdf Гриненко А.М., Кирилюк В.В. Соціальний капітал бізнес-організацій: сучасні тренди та тенденції. Social and Labour Relations: Theory and Practice. 2019. № 9. URL: https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/34127 Sözbilir F. The interaction between social capital, creativity and efficiency in organisations. Think. Skills Creat. 2018. № 27. P. 92–100. https://www.researchgate.net/publication/322039512_The_interaction_between_social_capital_creativity_and_efficiency_in_organizations Кроль В.В. Концептуальні засади аналізу соціального капіталу. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. 2018. Вип. 2. С. 110–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnuvgp_ekon_2018_2_14 Колбіна Л. А. Менеджмент соціальної роботи : навч. посіб. Одеса, 2017. 406 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета та завдання вивчення дисципліни: отримання знань про особливості застосування методів обґрунтування управлінських рішень що стосуються формування та ефективного використання соціального капіталу підприємств. Аналіз методів визначення вартості складових капіталу. Вивчення особливостей та принципів оптимізації капіталу підприємств та розгляд показників, що дозволяють зробити висновки про ефективність його використання в сучасних умовах господарювання.

Внаслідок освоєння дисципліни «Соціальний менеджмент» студент має демонструвати такі результати освіти:

знати:

основні поняття та категоріальний апарат соціального менеджменту як форми соціального управління;

соціальну організацію підприємства;

соціальні функції трудового колективу підприємства;

організаційно-методичні засади соціального менеджменту;

основи соціального планування, соціального контролю для підприємства;

інноваційні підходи до управління соціальними процесами для підприємства.

вміти: аналізувати підприємство як соціально-економічний феномен, його соціальну структуру та соціальний потенціал трудового колективу підприємства.

володіти: соціологічним мисленням під час аналізу управлінських процесів; здатністю використання фундаментальних соціологічних знань у практиці управління

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

Тема 1. Соціальний менеджмент у системі соціального управління

Тема 2. Історія теорії та практики соціального менеджменту за кордоном

Тема 3. Особливості розвитку ідей соціального менеджменту в Україні

Тема 4. Соціальна політика, як зміст соціального менеджменту. Пріоритети сучасної соціальної політики України

Тема 5. Характеристика суб'єктів соціальної політики

Тема 6. Соціальні проблеми демографії, народонаселення та міграції. Управління соціальним здоров'ям населення

Тема 7. Управління процесами російського ринку праці: зайнятість та безробіття

Тема 8. Соціальний захист та соціальна робота в системі управління соціальною сферою суспільства

Тема 9. Система соціального страхування. Пенсійне забезпечення громадян

Тема 10. Соціально-трудова сфера організації як об'єкт соціального менеджменту підприємства

Тема 11. Соціальна політика та соціальна відповідальність підприємства

Тема 12.. Місія, соціальна політика та стратегія підприємства

Тема 13. Концепція якості трудового життя

Тема 14. Ідеологія, правові основи та практика соціального партнерства на підприємствах

Тема 15. Соціальне планування та корпоративна соціальна політика на підприємстві

Тема 16. Технології та практика зовнішньої соціальної політики підприємства

Тема 17. Соціальний контроль та соціальна звітність підприємства

Тема 18. Управління соціальними конфліктами для підприємства

Назва дисципліни	<i>Самоменеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Балабанова Л.В. Організація праці менеджера: навч.посіб. / Л.В.Балабанова, О.П. Сардак. К.: Професіонал, 2007. 407 с. Довгань Л.С. Праця керівника, або практичний менеджмент: навч. посіб. / К.: Ексоб, 2002. 384 с. Керівництво організацією: навч.посіб. / [О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г.Мельник, І.С. Проник]. Львів.: Вид-во нац. ун-ту «Львів.політехніка», 2008. 244 с. Лукашевич Н.П. Теорія и практика самоменеджмента: учеб.пособие / Н.П. Лукашевич. [2-е изд., испр.]. К.: МАУП, 2002. 360 с.
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 організовувати 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 сформувані 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, визначити сильні та слабкі сторони свого типу особистості, послідовно розкрити зміст логічних завдань методики саморозвитку менеджера, визначити 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):

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи самоменеджменту

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

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти самоменеджменту

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</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Організація праці менеджера: Навч. пос. К., 2013. 252 с. Віноградська О.М. Організація праці менеджера: Навч. Посібник. Харків: ХНАМГ, 2008 190 с. Довгань Л.Є. Праця керівника, або практичний менеджмент: навч. посіб. К.: Ексоб, 2012. 384 с. Калинин С.И. Тайм-менеджмент: практикум по управленню временем. СПб. : Речь, 2006. 371 с. Лукашевич Н.П. Теория и практика тайм-менеджмента: учеб. пособие; 2-е изд., испр. К.: МАУП, 2012. 360 с. Campbell G. Time Management: The 8 Laws of Time Management. N.Y.: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. 68 p.
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 організовувати 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 принципи 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 нераціонального використання часу

Тема 10. Встановлення пріоритетів при виробленні управлінських рішень

Тема 11. Тайм-менеджмент як інструмент організаційного розвитку

Назва дисципліни	<i>Організація виробництва на підприємстві</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Васильков В.Г. Організація виробництва: навч. посіб. / В. Г. Васильков. 2-ге вид. К. : КНЕУ, 2008. 524 с. Організація виробництва: [навчальний посібник] / [Г.Є. Мазнев, С.М. Калініченко, І.С. Щербакова, О.В. Грідін]; за ред. Г.Є. Мазнева. [вид. 2-ге випр. і доп.]. Харків: Вид-во «Майдан», 2013. 604 с. Петров В. М. Організація виробництва та планування діяльності на підприємствах АПК: навч. посібник / В. М. Петров / Харк. нац. аграр. унт. Х.: Майдан, 2016. 362 с. Прохорова В. В. Організація виробництва : навч. посібник / В. В. Прохорова, О. Ю. Давидова. Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. 275 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета – формування теоретичних знань і навичок із раціональної організації виробництва та використання методів підвищення ефективності функціонування підприємства.

Завдання: 1) вивчення теоретичних засад із раціональної організації виробництва в аграрних формуваннях; 2) набуття практичних навичок щодо раціональної організації виробництва та використання методів підвищення ефективності функціонування підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: теоретичні основи організації виробництва; організацію комплексної підготовки виробництва та процес організаційного проектування та раціоналізації виробничих систем; організацію діяльності підрозділів основного виробництва та виробничої інфраструктури підприємства.

вміти: впроваджувати заходи, які спрямовані на гармонійне поєднання типів і методів організації виробництва з метою забезпечення оптимізації виробничих процесів, ефективного використання їх основних елементів та досягнення високих виробничих і економічних показників в діяльності підприємства; обґрунтовувати організаційні заходи щодо забезпечення зростання продуктивності праці шляхом удосконалення її організації, високої якості виробленої продукції та її конкурентоспроможності; розробляти та економічно обґрунтовувати доцільність впровадження організаційних проектів з розвитку виробничих систем підприємства.

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

Тема 1. Теоретичні засади організації виробництва.

Тема 2. Система ведення господарства

Тема 3. Види підприємств і об'єднань, їх організаційно-економічні основи

Тема 4. Організація виробничого процесу на підприємстві в просторі та часі. Типи і методи організації виробництва.

Тема 5. Організація використання землі

Тема 6. Організація використання засобів виробництва в сільськогосподарських підприємствах

Тема 7. Суспільні форми організації виробництва

Тема 8. Організація рільництва

Тема 9. Організація кормо виробництва, овочівництва садівництва і виноградарства

Тема 10. Організація галузі скотарства

Тема 11. Організація галузі свинарства

Тема 12. Організація галузі птахівництва

Тема 13. Організація допоміжних і обслуговуючих виробництв

Тема 14. Організаційно-виробниче забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції

Тема 15. Організація комплексної підготовки виробництва до випуску нової продукції

Назва дисципліни	<i>Інноваційні технології виробництва</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Системы технологий. Дудко П.Д., Пономаренко В.С. и др. – Х.: «Бурун Книга», 2003. 336 с. Основы технологических систем. Дудко П.Д., Крюк А.Г. и др. Х.: «ХГЭУ». 248 с. П. С. Харів. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль: “Економічна думка”, 2003. 326 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета навчальної дисципліни: формування з системних позицій у майбутніх фахівців компетентностей щодо інноваційних технологій створення продукції та послуг, визначення особливостей функціонування та напрямків розвитку як інноваційних технологічних систем підприємств, організацій, установ, а також набуття навичок самостійної роботи інноваційного менеджера щодо технологічного обґрунтування управлінських рішень або надавання консультаційних послуг як технологічного брокера для підприємств та організацій.

Компетентності: розуміння основних напрямків інноваційного розвитку підприємств у складі технологічних макросистем; розуміння відмінності технологічних систем за видами діяльності; розуміння критеріїв та якісних і кількісних показників підприємств і організацій як технологічних систем; розуміння вибору технологічних новацій, технологічного оснащення за видами продукції, кресленням та нормативними документами; розуміння технічної інформації для інновацій в технологічному розвитку; розуміння інноваційних технологій та напрямки вибору технологічного оснащення; здатність визначати і збільшувати економічну ефективність за технологічними складовими у різних галузях господарства.

Результати: визначати і вміння збільшувати економічну ефективність за технологічними складовими у різних галузях господарства; визначати інноваційні технології та напрямки вибору технологічного оснащення; визначати необхідну технічну інформацію для інновацій в технологічному розвитку; здійснювати обґрунтований вибір технологічних новацій, технологічного оснащення за видами продукції, кресленням та нормативними документами; визначати критерії та якісні і кількісні показники підприємств і організацій як технологічних систем; уміння визначати основні напрямки інноваційного розвитку підприємств у складі технологічних макросистем; визначати відмінності технологічних систем за видами діяльності.

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

Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні засади інноваційних технологій виробництва продукції та надання послуг

Тема 1. Науково-технічний прогрес і напрямки інноваційного оновлення технологій і технологічного оснащення підприємств

Тема 2. Техніко-економічні показники і критерії оцінки виробничої діяльності підприємств з позицій пріоритетів інноваційного розвитку виробництва

Тема 3. Методичні основи використання конструкторсько-технологічної і технічної документації для оцінки технологічних новацій

Тема 4. Основні поняття з оцінки міцності виробів

Тема 5. Якість як критерій конкурентоспроможності підприємств та оцінки інноваційної новизни товарів та послуг

Тема 6. Основні особливості будови та функціонування інноваційних технологічних систем

Змістовий модуль 2. Інноваційні технології виробництва продукції та надання послуг

Тема 7. Паливо-енергетичний комплекс (ПЕК) та його інноваційний розвиток

Тема 8. Інноваційні технології виробництва металопродукції

Тема 9. Інноваційні технології виробництва продукції хімічної промисловості

Тема 10. Інноваційні технологічні процеси підприємств харчової промисловості

Тема 11. Інноваційні технологічні процеси у торгівлі та наданні послуг

Тема 12. Технологічні новації як системний процес визначення напрямків інноваційного розвитку виробництва продукції та надання послуг

Назва дисципліни	<i>Організація сталого розвитку в менеджменті</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Мельник Л. Г. Основи стійкого розвитку: посібник для перепідготовки фахівців. Суми: Університетська книга, 2006. 325 с. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: підручник / за заг. ред. д. е. н., проф. Л. Г. Мельника та к. е. н., проф. М. К. Шапочки. Суми: Університетська книга, 2005. 759 с. Підліснюк В. В. Основи сталого розвитку: навчальний посібник. Кременчук: ПП Щербатих О. В., 2008. 124 с

Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

До завдань курсу належать також вивчення якісних і кількісних критеріїв стійкості соціально-екологічних систем, зокрема проблеми збалансованого розвитку суспільства; економічних, соціальних, екологічних та етичних проблем розвитку суспільства; проблем прийняття управлінських рішень в умовах постійно зростаючого антропогенного впливу на довкілля.

Мета навчальної дисципліни – формування у майбутніх фахівців з менеджменту базових теоретичних знань з проблем взаємодії людини і суспільства з навколишнім середовищем, необхідних для прийняття рішень у подальшій професійній діяльності (незалежно від напряму цієї діяльності) відповідно до сучасних принципів організації сталого розвитку.

Специфіка курсу «Організація сталого розвитку в менеджменті» пов'язана з вивченням процесів соціально-економічного розвитку суспільства, які не підривають природних умов існування людства.

Мета курсу – визначити взаємозв'язок між екосистемами, соціальними спільнотами та економічними системами, а також умови, які забезпечують стійкий стан і прогресивний розвиток усіх трьох систем.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен *знати*: основні поняття щодо організації сталого розвитку; основні складові сталого розвитку, їх взаємодію; положення наявних концепцій сталого (збалансованого) розвитку; нормативне та інституційне забезпечення сталого розвитку; основні принципи забезпечення сталого розвитку; значення освіти у забезпеченні сталого розвитку.

уміти: використовувати ключові терміни організації сталого розвитку; ідентифікувати загрози сталому розвитку на рівні країни, регіону тощо; визначити критичний стан індикаторів сталого розвитку на рівні країни; використовувати набуті знання з проблем взаємодії людини і суспільства з метою підвищення рівня екологічної свідомості оточуючих; орієнтуватись в питаннях використання необхідних нормативних і методичних документів з питань сталого (збалансованого) розвитку.

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

Тема 1. Основні поняття, визначення та причини виникнення концепції сталого розвитку

Тема 2. Економічне оцінювання природних факторів

Тема 3. Організаційно-економічний механізм платного природокористування

Тема 4. Механізм формування кадастру природних ресурсів

Тема 5. Сучасні проблеми ресурсовикористання в Україні

Тема 6. Регіональні аспекти управління ресурсовикористанням

Тема 7. Ресурсозбереження як екологоорієнтована діяльність

Назва дисципліни	<i>Енергетичний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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
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» Ефременко В.М., Отдельнова Г.В. Менеджмент и маркетинг в электроэнергетике: Учебное пособие для студентов очной формы обучения специальности «Электроснабжение» / КузГТУ, 2012. 239 стр. Маляренко В.А., Немировський І.А. Энергозбереження та енергетичний аудит: Навчальний посібник. Харків: НТУ «ХПИ», 2012. 341с. Сапожніков С.В. Основи енергетичного менеджменту: Навчальний посібник. Суми: СумДУ, 2015. 163 с. Суходоля О.М. Енергетична стратегія України на період до 2035 року (проект). Національний інститут стратегічних досліджень при президентові України. К., 2014. 41 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Метою викладання навчальної дисципліни «Енергетичний менеджмент» є вивчення теоретичних основ енергетичного менеджменту, ознайомлення з методами оцінки, аналізу та планування в енерговикористанні, розробка енергоощадних заходів на виробництві, сфері торгівлі, на підприємствах туристичної галузі тощо, складання та розробка програм енергозбереження, які враховують технічні, економічні, фінансові й адміністративні чинники.

Предметом вивчення дисципліни є принципи і методи організації системи енергетичного менеджменту на підприємствах виробничої сфери.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Енергетичний менеджмент» є: з'ясування суті основних проблем енергоменеджменту; набуття відповідних навичок та вмінь роботи зі спеціальною науковою літературою, пошуку заходів заощадження енергоресурсів під час їх споживання на всіх стадіях виробничого циклу; навчання студентів методам аналітичної системної роботи; набуття навичок з пошуку потенційних інвесторів і підготовки бізнес-планів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: теоретико-методологічні засади енергетичного менеджменту; теорію та практику функціонування системи енергетичного менеджменту в умовах сучасного ринкового соціально-економічного середовища; основні методичні підходи оцінювання та аналізу енерговикористання; методи та процедуру планування енерговикористання на підприємстві; нормативні положення та законодавчу базу з питань енерговикористання.

вміти: працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами з проблематики енерговикористання; володіти методикою розрахунків енерговикористання; розробляти систему енергоощадних заходів на підприємстві; розробляти та складати програми енергозбереження із врахуванням технічних, економічних, фінансових та адміністративних чинників; використовувати методологічні та методичні прийоми вивчення ефективності енерговикористання; організовувати управління учасниками проекту; планувати і контролювати хід проектування енергозберігаючих заходів.

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

Тема 1. Основи енергетичного менеджменту

Тема 2. Впровадження системи енергоменеджменту на підприємстві

Тема 3. Енергоменеджер, його роль і місце в системі управління виробництвом та організацією

Тема 4. Проектування в енергоменеджменті

Тема 5. Енергозбереження та енергоефективність, їх взаємозв'язок і значення

Тема 6. Енергетична стратегія підприємства в питанні енергоефективності
Тема 7. Впровадження політики енергозбереження

Назва дисципліни	<i>Маркетинговий менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК28 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» Маркетинговий менеджмент: стислий конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, Шубна О.В. Краматорськ, ДДМА, 2020. 60 с. Балабанова Л. В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / за ред. Л.В.Балабанової. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2004. 354 с. Белявцева М. І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: [навч. посіб.]. К.: ЦУЛ, 2016. 407с. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник; М-во освіти і науки України. К.: Знання, 2010. 332 с. Крикавський Є. В., Дейнега І.О., Дейнега О.В., Лорві І.Ф. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с. (Серія Світ маркетингу та логістики». Вип.8). Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / За ред. Штефанича Дмитра Андрійовича. Тернопіль: Економічна думка, 2015. 241 с.
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

Назва дисципліни	<i>Управління продажами</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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» Геммонд Річард. Мистецтво роздрібно́ї торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. Пер. з англ. 4.вид., доп. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 416 с. Діксон Метью, Адамсон Брент. Суперпродавці. Як навчитися продавати, а не «впарювати» / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. К. : Наш формат, 2018. 240 с. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с. Стюарт Г.Ефективне управління збутом. Лніпропетровськ: Баланс Клуб. 2002.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Метою вивчення дисципліни «Управління продажами» є оволодіння знаннями щодо процесу продажу товарів та послуг, формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань про роботу з торговим персоналом, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку й збагачення прийомів та технік здійснення продаж.

Завдання вивчення дисципліни сформувані у студентів базові знання та виробити практичні навички по управлінні продажами, а саме: обрання стратегій продажу; визначення потреб поколінь X, Y, Z; розуміння мотивації та намірів покупців; формування знання та навичок продажу у торгових менеджерів.

Результати навчання: застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

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

Тема 1. Місце торгівлі в системі маркетингу.

Тема 2. Збут в плані маркетингу.

Тема 3. Функціональні обов'язки в сфері продажу і передпродажна підготовка.

Тема 4. Процес індивідуального продажу.

Тема 5. Відбір і найм торгового персоналу. Обґрунтований відбір продавців як вирішальний ф

Тема 6. Мотивація і навчання торгового персоналу як складова управління збутом.

Тема 7. Методи організації праці торгового персоналу та визначення його чисельності.

Тема 8. Оплата праці торгового персоналу.

Тема 9. Оцінка роботи торгового персоналу.

Тема 10. Автоматизація роботи торгового персоналу та управління відносинами з покупцями за допомогою CRM.

Тема 11. Прогнозування збуту.

Тема 12. Формування бюджету продажів.

Назва дисципліни	<i>Управління продажами</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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» Геммонд Річард. Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. Пер. з англ. 4.вид., доп. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 416 с. Діксон Метью, Адамсон Брент. Суперпродавці. Як навчитися продавати, а не «впарювати» / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. К. : Наш формат, 2018. 240 с. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с. Стюарт Г.Ефективне управління збутом. Дніпропетровськ: Баланс Клуб, 2002.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Метою вивчення дисципліни «Управління продажами» є оволодіння знаннями щодо процесу продажу товарів та послуг, формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань про роботу з торговим персоналом, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку й збагачення прийомів та технік здійснення продаж.

Завдання вивчення дисципліни сформувані у студентів базові знання та виробити практичні навички по управлінні продажами, а саме: обрання стратегій продажу; визначення потреб поколінь X, Y, Z; розуміння мотивації та намірів покупців; формування знання та навичок продажу у торгових менеджерів.

Результати навчання: застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

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

Тема 1. Місце торгівлі в системі маркетингу.

Тема 2. Збут в плані маркетингу.

Тема 3. Функціональні обов'язки в сфері продажу і передпродажна підготовка.

Тема 4. Процес індивідуального продажу.

Тема 5. Відбір і найм торгового персоналу. Обґрунтований відбір продавців як вирішальний ф

- Тема 6. Мотивація і навчання торгового персоналу як складова управління збутом.
 Тема 7. Методи організації праці торгового персоналу та визначення його чисельності.
 Тема 8. Оплата праці торгового персоналу.
 Тема 9. Оцінка роботи торгового персоналу.
 Тема 10. Автоматизація роботи торгового персоналу та управління відносинами з покупцями за допомогою CRM.
 Тема 11. Прогнозування збуту.
 Тема 12. Формування бюджету продажів.

Назва дисципліни	<i>Рекламний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Метою вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» є формування когнітивних, афективних та моторних компетентностей у сфері рекламного менеджменту:

- здобування знань з теорії реклами;
- формування теоретичних знань і практичних навичок в організації та проведення рекламних кампаній на підприємстві;
- формування знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами, а також набуття навичок застосування цих компетентностей у професійній діяльності.

Предметом дисципліни є управління рекламною діяльністю підприємства.

Спеціальні професійні компетенції: навички аналізу результатів останніх теоретичних досліджень у сфері рекламної діяльності та можливостей їх застосування на практиці; уміння творчого підходу до розробки рекламної стратегії та просування компанії; здатність розробляти та формувати ефективні канали розповсюдження реклами для бізнесу; навички розробки рекламних оголошень в тому числі в соціальних мережах; навички налаштування таргетованої реклами в соціальних мережах; психологічні навички взаємодії з цільовою аудиторією.

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

- Тема 1. Сутність рекламного менеджменту
 Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами
 Тема 3. Механізм дії реклами

- Тема 4. Психологічні основи рекламного менеджменту
 Тема 5. Ринок реклами в сучасних умовах
 Тема 6. Дослідження конкурентів та ринку
 Тема 7. Рекламні оголошення та програмне забезпечення їх розробки
 Тема 8. Особливості рекламного менеджменту в соціальних мережах
 Тема 9. Стратегія рекламної діяльності та планування рекламних кампаній
 Тема 10. Суть та налаштування таргетованої реклами в соціальних мережах
 Тема 11. Контроль ефективності рекламної діяльності бізнесу

Назва дисципліни	<i>Креативний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК28 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	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>Інноваційний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
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» Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник: / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. К.: ВД „Професіонал”, 2004. 960 с. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. К.: Видавничий центр „Академія”, 2005. 400 с. Павленко І.А., Гончарова Н.П., Швиданенко Г.О. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2002. 150 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
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 мережових 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

Назва дисципліни	<i>Інвестиційний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК 22 Фінанси і оподаткування ОК26 Менеджмент проєктів ОК27 Стартап-менеджмент ОК28 Маркетинг ОК30 Фінансовий менеджмент

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 проблем управління інвестиціями, формування у студентів знань і навичок із розроблення інвестиційної стратегії підприємства, аналізу інвестиційної привабливості проектів, методів оцінки їх ефективності, ризиків, ліквідності, формування інвестиційного фінансового портфеля та програм реальних інвестицій підприємства, що передбачає управління вкладенням капіталу в усіх його формах у різноманітні об'єкти із використанням найбільш ефективних інструментів господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення соціального ефекту, зростання вартості активів та власного капіталу. Інвестиційний менеджмент вивчає спрямування інвестицій на умовах врахування факторів часу, ризику та ліквідності. Оновлення виробництва та залучення іноземних інвесторів вимагають покращення керованості при виборі об'єкту інвестування у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища та обмеженості ресурсів організації.

Згідно вимог освітньо-професійної програми студенти повинні *знати*: основні теоретичні, методичні та організаційні основи інвестиційного менеджменту; методи управління інвестиціями; методи вибору й обґрунтування джерел інвестування; процеси планування інвестиційної діяльності; процедуру мінімізації ризиків при управлінні інвестиціями.

Вміти: використовувати управління інвестиційною діяльністю як ефективний інструментарій підвищення ефективності управлінських рішень; визначати специфіку інвестиційного процесу у сфері реальних та фінансових інвестицій; характеризувати складові та аналізувати механізм функціонування інфраструктури ринку цінних паперів та грошових зобов'язань, поводити вивчення головних показників економічної ефективності інвестиційного портфелю; аналізувати як ефективність інвестиційного проекту загалом, так і окремі його показники та використовувати їх у перспективному плануванні та прогнозуванні; характеризувати інвестиційний клімат; вирішувати проблеми, пов'язані зі здійсненням та залученням інвесторів; обґрунтовувати інвестиційні рішення та напрями вкладання інвестицій; управляти інвестиційними ризиками; оцінювати якість інвестиційних проектів; визначати ефективність інвестицій; застосовувати інструментарій управління інвестиціями в діяльності організацій.

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

- Тема 1. Сутність, мета та функції інвестиційного менеджменту
- Тема 2. Інвестиційна стратегія підприємства
- Тема 3. Методологічні засади та методичний інструментарій інвестиційного менеджменту
- Тема 4. Оцінка та прогнозування розвитку інвестиційного ринку
- Тема 5. Інвестиційні ресурси підприємства
- Тема 6. Правила прийняття інвестиційних рішень
- Тема 7. Управління реальними інвестиціями підприємства
- Тема 8. Формування програми реальних інвестицій підприємства
- Тема 9. Управління реалізацією та ризиками інвестиційних проектів
- Тема 10. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства
- Тема 11. Управління фінансовими інвестиціями підприємства
- Тема 12. Управління портфелем фінансових інвестицій підприємства

Назва дисципліни	Діджитал-менеджмент
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК26 Менеджмент проєктів ОК27 Стартап-менеджмент ОК28 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	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.
 Тема 9. Діджитал в аналітиці та моделюванні діяльності підприємства.

Назва дисципліни	Media-менеджмент
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK26 Менеджмент проєктів OK27 Стартап-менеджмент 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	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Метою навчального курсу «Медіа-менеджмент» є формування у студентів-управлінців теоретичних знань щодо особливостей управлінської діяльності в засобах масової інформації, розуміння медіа підприємства як соціальної системи; формування у студентів сучасного системного мислення і комплексу спеціальних знань у галузі управління підсистемами й елементами внутрішнього середовища медіа-підприємства на усіх стадіях його життєвого циклу; поєднання оволодіння теорією з виробленням навичок практичного застосування прийомів і засобів менеджменту в засобах масової інформації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: предмет, завдання і зміст дисципліни; теоретико-методологічні основи менеджменту організацій; економічну сутність, роль в економіці, характеристики і типи медіа організацій; напрями підвищення конкурентоспроможності медіа підприємств та особистої ефективності менеджерів.

вміти: аналізувати чинники динамічного бізнес-середовища організації; приймати фахові рішення у процесі проєктування і удосконалення організаційної та виробничої структури медіапідприємств; розробляти стратегію розвитку медіа-підприємств та забезпечувати її реалізацію; координувати діяльність служб і підрозділів ЗМІ у сфері управління фінансами, виробництвом, інноваціями, інвестиціями, персоналом, маркетингом; застосовувати сучасні технології управління організаційними процесами і організаційною поведінкою персоналу; оцінювати ефективність розвитку медіа підприємства.

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

Змістовий модуль 1. Медіа-підприємство як об'єкт управління

Тема 1. Характеристики і типи організацій

Тема 2. Об'єднання підприємств у структурі економіки

Тема 3. Бізнес-середовище організації

Тема 4. Структура організації

Тема 5. Конкурентна політика організації

Змістовий модуль 2. Інструменти практичного медіа-менеджменту

Тема 1. Стратегічний менеджмент організації

Тема 2. Фінансовий менеджмент. Управління фінансування медійних проєктів.

Тема 3. Методи управління персоналом

Тема 4. Маркетингові стратегії в сфері медіа.

Тема 5. Інформаційний ринок та форми організації медіабізнесу.

Назва дисципліни	<i>PR-менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK26 Менеджмент проєктів OK27 Стартап-менеджмент 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	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета – ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією публік релейшнз, 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

Назва дисципліни	<i>Бренд-менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK26 Менеджмент проектів OK27 Стартап-менеджмент 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	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

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

Мета дисципліни «Бренд-менеджмент» – формування системи знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.

Завданням дисципліни є освоєння теоретичних знань з бренд-менеджменту та сучасних тенденцій брендингу; набуття умінь управління даною сферою діяльності підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

знати:

- теоретичні аспекти бренду та брендингу;
- основні тенденції розвитку сучасного брендингу;
- культурні та ментальні особливості бренду і брендингу;
- вплив бренду на діяльність підприємства.

В результаті викладання дисципліни, студенти повинні *вміти:*

- демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів брендингу;
- володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері брендингу;
- демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних основ підвищення ефективності брендингової діяльності;
- аналізувати бренд та брендинг;
- застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом.

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

Тема 1. Сутність та зміст бренд-менеджменту

Тема 2. Роль и місце брендингу в системі маркетингових комунікацій

Тема 3. Розробка та просування бренду

Тема 4. Система ідентичності та індивідуальності бренда

Тема 5. Управління брендовим портфелем

Тема 6. Поняття розширення та розтягування бренду

Тема 7. Капітал бренду

Тема 8. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів

ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ТРЕТЬОГО РОКУ НАВЧАННЯ

Назва дисципліни	<i>Основи ринкового ціноутворення</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.9 за ОП Основи підприємництва та ринкової економіки Шифр 1.15 за ОП Вступ до спеціальності "Менеджмент" Шифр 1.16 за ОП Аналіз господарської діяльності підприємства Шифр 1.17 за ОП Основи менеджменту Шифр 1.18 за ОП Методи менеджменту та адміністрування Шифр 1.23 за ОП Економіка та фінанси підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	віртуальне навчальне середовище Moodle; Googl Meet; навчально-методичний комплекс дисципліни «Основи ринкового ціноутворення»; матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисципліни тощо
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття, дискусії, командна робота, виконання аналітичних та творчих завдань, виконання модульної контрольної роботи
Форма семестрового контролю*	екзамен

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

Знати:

- загальну характеристику системи цін, їх основних видів та функцій;
- склад ціни та формування її елементів – концепцій та методів ринкового ціноутворення;
- особливості установалення цін на зовнішньому ринку;
- методології розробки цінової політики та стратегії підприємства;
- цілі та методи державного регулювання цін, його впливу на економічні процеси;
- особливості ціноутворення у галузях матеріального виробництва та у сфері послуг.

Уміти:

- застосовувати на практиці знання щодо формування цінової політики і стратегії підприємства;
- використовувати інструментарій, потрібний для виробки ефективних цінових рішень.
- обирати методи ціноутворення в залежності від ринкових умов, сфери і цілей діяльності підприємства;
- ефективно використовувати ці методи на практиці.

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

- Тема 1. Ціна і її сутність, функції цін в економіці.
- Тема 2. Принципи ринкового ціноутворення
- Тема 3. Ціноутворення на ринках різних типів
- Тема 4. Система цін
- Тема 5. Витрати в структурі ціни виробництва.
- Тема 6. Прибуток у структурі ціни виробництва.
- Тема 7. Структура ціни реалізації і її розрахунок.
- Тема 8. Державне регулювання цін у ринковій економіці.
- Тема 9. Цінова політика підприємства.
- Тема 10. Цінова стратегія підприємства на ринку
- Тема 11. Методи встановлення цін.

Тема 12. Життєвий цикл товару на ринку

Назва дисципліни	<i>Створення нових підприємств</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.7 за ОП Комп'ютеризація економічних розрахунків Шифр 1.9 за ОП Основи підприємництва та ринкової економіки Шифр 1.14 за ОП Організація праці менеджера Шифр 1.15 за ОП Вступ до спеціальності "Менеджмент" Шифр 1.16 за ОП Аналіз господарської діяльності підприємства Шифр 1.17 за ОП Основи менеджменту Шифр 1.18 за ОП Методи менеджменту та адміністрування Шифр 1.22 за ОП Менеджмент ЗЕД підприємств Шифр 1.23 за ОП Економіка та фінанси підприємства Шифр 1.24 за ОП Податкова система і податки
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	віртуальне навчальне середовище Moodle; Googl Meet; навчально-методичний комплекс дисципліни «Створення нових підприємств»; матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисципліни тощо
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття, дискусії, командна робота, виконання аналітичних та творчих завдань, виконання модульної контрольної роботи
Форма семестрового контролю*	екзамен

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

- сутність та етапи створення стартапу;
- основні концепції розвитку старт-проекту;
- методи презентації стартап - проекту зацікавленим сторонам;
- методи реалізації стартап-проекту;
- моделі реалізації стартап-проекту;
- види і форми реалізації та фінансування стартапу;
- канали просування стартапу;
- методи оцінки стартап-проектів.

Уміти:

- генерувати креативні ідеї;
- оцінювати та обирати інноваційні ідеї для реалізації в форматі стартапу;
- формувати команду проекту;
- будувати партнерські зв'язки та проводити ділові переговори;
- обирати ефективні форми залучення капіталу;
- відстоювати інтереси свого бізнесу перед інвесторами;
- презентувати бізнес-ідеї інвесторам, постачальникам, споживачам;
- правильно обирати цільову аудиторію та засоби комунікацій;
- просувати проект в мережі Інтернет;
- формувати програми соціальної відповідальності та лояльності.

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

- Тема 1. Сутність та особливості створення нових підприємств
 Тема 2. Створення та особливості функціонування стартапів
 Тема 3. Формування команди нового підприємства (стартапу)
 Тема 4. Розробка продукту для стартапу
 Тема 5. Бізнес-модель стартапу
 Тема 6. Психологічні основи бізнесу та підприємницької діяльності
 Тема 7. Маркетинг стартап-проектів
 Тема 8. Сучасні інструменти просування стартапів
 Тема 9. Бізнес-планування стартапу
 Тема 10. Правові аспекти реалізації стартапів, інтелектуальна власність та патентування
 Тема 11. Інвестиційне та фінансове забезпечення стартап-проектів
 Тема 12. Презентування стартап-проекту

Назва дисципліни	<i>Бізнес-планування</i>
Рівень вищої освіти	Вищий
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Дисципліни: «Аналіз господарської діяльності суб'єктів господарювання», «Макроекономіка», «Економічна теорія», «Основи підприємництва та ринкової діяльності»
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма, навчально-методичний комплекс
Форма проведення занять	Очна
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. (C1)

Здатність визначати перспективи розвитку організації. (C3)

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

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 створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. (C11)

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).

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):

Тема 1. Бізнес-планування у ринковій системі господарювання

Тема 2. Підготовча стадія розробки бізнес-плану

Тема 3. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану

Тема 4. Галузь, підприємство та його продукція

Тема 5. Маркетинг-план

Тема 6. Виробничий план

Тема 7. Організаційний план

Тема 8. Фінансовий план

Тема 9. Оцінка ризиків

Назва дисципліни	<i>Управління конфліктами</i>
Рівень вищої освіти	Вищий
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Дисципліни: «Соціологія», «Мікроекономіка», «Економічна теорія», «Основи підприємництва та ринкової діяльності» .
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма, навчально-методичний комплекс
Форма проведення занять	Очна
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>Іноземна мова професійного спрямування (Англійська мова)</i>
Рівень вищої освіти	Бакалаврський
Курс (рік) навчання	3, 4
Обсяг дисципліни у кредитах	9,0
Мова викладання	Англійська
Передумови для вивчення дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> • Рівень володіння англійською мовою – B1+ (згідно з Національною програмою англійської мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти). • Опанування таких навчальних дисциплін (НД) освітньої програми підготовки здобувачів освітнього ступеня бакалавр з «Менеджменту» (ОП): ОКЗ 1.13 Іноземна мова ОКП 1.14 Організація праці менеджера ОКП 1.15 Вступ до спеціальності "Менеджмент" ОКП 1.17 Основи менеджменту ОКП 1.21 Державне і регіональне управління ОКП 1.18 Методи менеджменту та адміністрування ВКЗ 2.1 Етика бізнесу та соціальна відповідальність/Сучасні бізнес комунікації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра полікультурної освіти та перекладу
Інформаційне забезпечення	Інструменти Google for Education. Google Class підтримка 24/7. Аутентичні підручники та сучасні поточні публікації професійного характеру: 1. Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. Market Leader. Course book. Intermediate. Longman/Pearson. With CDs. 2. Rogers J., Market Leader. Practice book. Intermediate. Longman/Pearson. 3. English L.M., Lynn S. Business across Cultures. Longman, 1995. 4. Pilbeam A., Market Leader. Working across Cultures. Longman/Pearson, 2010. 5. Emmerson P. Email English. MacMillan, 2003. 6. Vince, M. & P. Emmerson, Intermediate Language Practice. MacMillan, 2003. 7. Mascull B. Business Vocabulary in Use. CUP. 2012.
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, німецька)</i>
Рівень вищої освіти	бакалавр
Курс (рік) навчання	3, 4
Обсяг дисципліни у кредитах*	9
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 *íst'*.

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 *česat', žat'*.

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 *kulí*. 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. Екскурсія містом. Уживання інфінітива.

Назва дисципліни	Фінансові ринки та ринки фінансових послуг
Рівень вищої освіти	перший
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	3
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	навчальні дисципліни: Економіка та фінанси підприємства, Фінанси, гроші та кредит
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	БАММ
Інформаційне забезпечення	Колісник М.К., Маслак О.О., Романів Є.М. Фінансовий ринок: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2004.; Крамаренко В.І. Біржова діяльність:– К.: ЦУЛ, 2003.; Маслова С.О., Опалов О.А. Фінансовий ринок:– К.: Каравела, 2003.; Мозговий О.М. Фондовий ринок:– К.: КНЕУ, 2001.; Павлов В.І., Пилипенко І.І., Кривов'язюк І.В. Цінні папери в Україні:– К.: Кондор, 2004.; Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Ринок цінних паперів:– К.: Центр навч. літ., 2005.; Смолянська О.Ю. Фінансовий ринок:– К.: Центр навч. літ., 2005.; Солодкий М.О. Біржовий ринок:– К.: Джерела М, 2002.; Ходаківська В.П., Беляєв В.В. Ринок фінансових послуг: теорія і практика:– К.: ЦУЛ, 2002. Шелудько В.М. Фінансовий ринок:– К.: ЗнанняПрес, 2003.
Форма проведення занять	екзамен
Форма семестрового контролю*	письмово-усна

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

За підсумками вивчення дисципліни студент повинен

знати:

- місце та роль фінансового ринку в системі економічних відносин України;
- сфери використання інструментів фінансового ринку;
- основні методологічні підходи до фінансового ринку;
- особливості розвитку фінансового ринку в сучасних умовах господарювання;
- практичні результати роботи підприємств на фінансовому ринку.

вміти:

- використати інструменти фінансового ринку;
- визначати напрями розвитку фінансового ринку;
- формувати економічно обґрунтовану політику дій на фінансовому ринку;
- будувати ефективно діюче організаційне, фінансово-економічне, соціально-психологічне та інформаційно-аналітичне забезпечення фінансового ринку.

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

Загальні компетентності:

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (34)
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (35)
- Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. (310)
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. (311)
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність). (312)
- Здатність працювати у міжнародному контексті. (314)

Спеціальні компетентності:

- Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. (С2)

- Здатність визначати перспективи розвитку організації. (С3)
- Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними. (С4)
- Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (С6)

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

Тема 1. Фінансовий ринок: сутність, функції та роль в економіці.

1. Сутність фінансового ринку, необхідність і передумови його створення.
2. Принципи та функції фінансового ринку.
3. Структура фінансового ринку.
4. Класифікація фінансових ринків.
5. Фінансові активи та фінансові інструменти.

Тема 2. Регулювання фінансового ринку

1. Сутність регулювання фінансового ринку: принципи, напрями, рівні та форми регулювання.
2. Державне регулювання фінансового ринку України: сутність, сфери та важелі регулювання.
3. Внутрішнє регулювання фінансового ринку.
4. Міжнародні норми банківського регулювання та нагляду.
5. Регулювання фінансового ринку в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Тема 3. Фінансові посередники.

1. Сутність фінансових посередників та їх функції
2. Суб'єкти банківської системи.
3. Небанківські фінансові та кредитні інститути.
4. Контрактні фінансові інститути.
5. Посередники депозитарно-клірингової системи.

Тема 4. Ризик та ціна капіталу

1. Ціноутворення на фінансовому ринку.
2. Майбутня та поточна вартість фінансових інструментів.
3. Фінансові ризики.
4. Розвиток теорій ризику.

Тема 5. Грошовий ринок

1. Сутність грошового ринку, його інструменти.
2. Обліковий ринок і його особливості.
3. Характеристика міжбанківського ринку. Операції на міжбанківському ринку.

Тема 6. Валютний ринок

1. Становлення національної та світової валютних систем.
2. Поняття, функції та суб'єкти валютного ринку.
3. Валютні операції.
4. Валютне регулювання та курсова політика Центрального банку.

Тема 7. Ринок капіталів

1. Основи організації ринку капіталів.
2. Кредитний ринок як складова ринку капіталів.
3. Основні форми кредитних відносин.

Тема 8. Ринок похідних фінансових інструментів

1. Особливості розвитку ринку похідних цінних паперів.
2. Історія виникнення та розвитку ринку строкових угод.
3. Характеристика основних похідних фінансових інструментів
4. Створення ринку «синтетичних» цінних паперів.

Тема. Фондовий ринок

1. Загальна характеристика фондового ринку.
2. Ознаки класифікації фондового ринку.
3. Учасники фондового ринку та їх функції.
4. Основні операції фондового ринку.
5. Інструменти фондового ринку.

Тема 10. Фондова біржа та біржові операції

1. Характеристика фондової біржі.
2. Сутність біржового ринку.
3. Фондові індекси.

Назва дисципліни	<i>Фондові ринки та операції з цінними паперами</i>
Рівень вищої освіти	перший
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	3
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	навчальні дисципліни: Економіка та фінанси підприємства, Фінанси, гроші та кредит
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	БАММ
Інформаційне забезпечення	<i>Калина А.В., Коцеев О.О. Фондовый рынок: К.: Вид-во «Університет «Україна», 2006.; Колісник М.К., Маслак О.О., Романів Є.М. Фінансовий ринок: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2004.; Крамаренко В.І. Біржова діяльність:– К.: ЦУЛ, 2003.; Маслова С.О., Опалов О.А. Фінансовий ринок:– К.: Каравела, 2003.; Мозговий О.М. Фондовый рынок:– К.: КНЕУ, 2001.; Павлов В.І., Пилипенко І.І., Кривов'язюк І.В. Цінні папери в Україні:– К.: Кондор, 2004.; Пасічник В.Г., Акіліна О.В. Ринок цінних паперів:– К.: Центр навч. літ., 2005.; Смолянська О.Ю. Фінансовий ринок:– К.: Центр навч. літ., 2005.; Солодкий М.О. Біржовий ринок:– К.: Джерела М, 2002.; Сохацька О.М. Біржова справа: Підручник. – Т.: Карт-бланш, 2003. Ходаківська В.П., Беляєв В.В. Ринок фінансових послуг: теорія і практика: – К.: ЦУЛ, 2002.; Шелудько В.М. Фінансовий ринок:– К.: ЗнанняПрес, 2003.; Ромашко О.Ю. Регулювання міжнародних фондових ринків:– К.: КНЕУ, 2000.; Сохацька О.М. Ф'ючерсні ринки: історія, сучасність, перспективи становлення в Україні. – Т.: Карт-бланш, 1999.; Тьюлз Дж. Т., Бредлі Э.С., Тьюлз Т.М. Фондовый рынок:– М: ИНФРА-М, 2000</i>
Форма проведення занять	екзамен
Форма семестрового контролю*	письмово-усна

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

За підсумками вивчення дисципліни студент повинен

знати:

- місце та роль фондового ринку в системі економічних відносин України;
- сфери використання інструментів фондового ринку;
- основні методологічні підходи до фінансового ринку;
- особливості розвитку фондового ринку в сучасних умовах;

вміти:

- використати інструменти фондового ринку;
- визначати напрями розвитку фондового ринку;
- формувати економічно обґрунтовану політику дій на фондового ринку;

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

Загальні компетентності:

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (34)
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. (35)
- Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні. (310)
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. (311)
- Здатність працювати у міжнародному контексті. (314)

- *Спеціальні компетентності:*

- Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. (C2)
- Здатність визначати перспективи розвитку організації. (C3)
- Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними. (C4)
- Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (C6)

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):*Тема 1. Фондові ринки: предмет, завдання і класифікація.*

1. Фондовий ринок в контексті діяльності суб'єктів ринкової економіки.
1. Предмет курсу «Фондові ринки та операції з цінними паперами»
2. Об'єкт курсу «Фондові ринки та операції з цінними паперами»
3. Основні завдання курсу
4. Суть та значення науки про фондовий ринок.

Тема 2. Цінні папери, їх види та особливості використання.

1. Визначення поняття “Цінні папери”
2. Законодавче регулювання цінних паперів.
3. Функції цінних паперів.
4. Вартісні та цінові фактори цінних паперів.
5. Види цінних паперів.

Тема 3. Визначення доходності різних видів цінних паперів: питання методології.

1. Доходність як головний фактор інвестиційної привабливості .
2. Доходність акцій.
3. Доходність облігацій.
4. Показники доходності.

Тема 4. Державні цінні папери та операції з ними.

1. Державні цінні папери як особливий вид ЦП.
2. Мета випуску державних цінних паперів.
3. Види державних цінних паперів.
4. Визначення доходності по ним.
5. Сучасні проблеми державних цінних паперів.

Тема 5. Особливості організації роботи первинного ринку цінних паперів.

1. Первинний ринок цінних паперів.
2. Суб'єкти, що діють на первинному ринку цінних паперів.
3. Випуск та первинний розподіл цінних паперів.
4. Особливості функціонування первинного ринку цінних паперів.

Тема 6. Особливості функціонування вторинного ринку цінних паперів.

1. Вторинний ринок ЦП.
2. Суб'єкти, що діють на вторинному ринку.
3. Структура вторинного ринку ЦП.
4. Фондова біржа як механізм вторинного перерозподілу ЦП.
5. Позабіржовий ринок ЦП та особливості його функціонування.

Тема 7. Організаційна структура фондової біржі.

1. Організаційна структура біржі.
2. Поняття “клирингова палата”.
3. Поняття “розрахункова палата”.
4. Методи забезпечення гарантій.

Тема 8. Головні діючі особи біржової торгівлі.

1. Головні діючі особи біржової торгівлі.
2. Біржові посередники: роль і види.
3. Механізм взаємодії діючих осіб на фондовій біржі.
4. Фондові біржі світу та особливості їх діяльності.

Тема 9. Біржові індекси та методика їх визначення.

1. Біржові індекси.
2. Поняття біржових індексів.
3. Види біржових індексів.
4. Методика розрахунку біржових індексів.

Тема 10. Особливості проведенні операцій купівлі-продажу цінних паперів.

1. Котрування цінних паперів.
2. Механізм встановлення ціни.
3. Особливості формування попиту на ЦП.
4. Особливості формування пропозиції на ЦП.
5. Біржова кон'юнктура.

Тема 11. Спекуляції на фондових біржах: механізм здійснення.

1. Спекуляції на фондових біржах: механізм проведення.
2. Види біржових спекуляцій.
3. Механізм здійснення спекуляцій.

Назва дисципліни	<i>PR –технології і менеджменті та адмініструванні</i>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	3 курс (рік) Менеджмент
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр ОКЗ 1.6 Історія економіки та маркетингових концепцій Шифр ОКЗ 1.9 Основи підприємництва та ринкової економіки Шифр ОКП 1.21 Маркетинг Шифр ОКП 1.28 Реклама і стимулювання збуту Шифр ОКП 1.30 Маркетингові комунікації Шифр ОКП 1.39 Маркетинговий аналіз та аудит Шифр ВКЗ 2.3 Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/ Сучасні бізнес-комунікації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації...), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекції, практичні (семінарські), консультації
Форма семестрового контролю*	Залік

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

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

загальних:

- ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
- ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

- ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
 ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
 ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

спеціальних:

- С 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
 С 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
 С 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.
 С 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

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

- ТЕМА 1. Сутність та сучасний стан розвитку PR-Технологій у менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 2. Формування системи зв'язку PR- технології в менеджменті.
 ТЕМА 3. Розробка PR- замовлення у менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 4. PR-Планування у менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 5. Організація PR- діяльності у менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 6. Правове регулювання та оцінка PR- діяльності у менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 7. Комунікаційні технології в менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 8. Управління іміджем та репутацією у менеджменті і адмініструванні.
 ТЕМА 9. Формування концепції бренду через PR- канали у менеджменті та адмініструванні.
 ТЕМА 10. Антикризові PR- технології. Програмні дії та комунікація в умовах кризової ситуації у системі менеджменту та адміністрування.

Назва дисципліни	<i>Брендинг</i>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	3 курс (рік) Менеджмент
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр ОКЗ 1.6 Історія економіки та маркетингових концепцій Шифр ОКЗ 1.9 Основи підприємництва та ринкової економіки Шифр ОКП 1.21 Маркетинг Шифр ОКП 1.28 Реклама і стимулювання збуту Шифр ОКП 1.30 Маркетингові комунікації Шифр ОКП 1.39 Маркетинговий аналіз та аудит Шифр ВКЗ 2.3 Етика бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність/ Сучасні бізнес-комунікації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації...), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекції, практичні (семінарські), консультації
Форма семестрового контролю*	залік

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

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

загальних:

- ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
 ЗК 4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

- ЗК 5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
- ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

спеціальних:

- С 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
- С 7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
- С 14. Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності.
- С 15. Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

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

- ТЕМА 1. Основні етапи розвитку теорії брендингу.
- ТЕМА 2. Класифікація різних форм комунікацій, які застосовуються у брендингу.
- ТЕМА 3. Комунікативний процес та типи комунікацій при побудові бренду.
- ТЕМА 4. Застосування інструментів інтернет маркетингу бренду.
- ТЕМА 5. SMM маркетинг бренду.
- ТЕМА 6. Основи створення персонального та організаційного бренду.
- ТЕМА 7. Механізми та комунікативні технології просування бренду компанії.
- ТЕМА 8. Управління іміджем та репутацією бренду.
- ТЕМА 9. Формування концепції бренду через PR- канали.
- ТЕМА 10. Антикризові PR- технології бренду.

ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ЧЕТВЕРТОГО РОКУ НАВЧАННЯ

Назва дисципліни	<i>Фінансові розрахунки та дисконтування</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	3,5
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.8 за ОП Економіко-математичні методи та моделі Шифр 1.32 за ОП Фінансовий менеджмент та кредитна політика Шифр 1.37 за ОП Фінансовий аналіз Шифр 2.9 за ОП Фінансові розрахунки та дисконтування
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	1. Васильченко І.П. Фінансова математика: Навч. посібник. Видання друге: доповнене / І.П. Васильченко, З.М. Васильченко. К.: Кондор-Видавництво, 2012. 250 с. 2. Долінський Л.Б. Фінансова математика: навч. посіб. / Л.Б. Долінський. К.: КНЕУ, 2009. 3. Зайцев О.В. Фінансові розрахунки. Теорія і практика: Навчальний посібник. / О.В. Зайцев. К.: Кондор-Видавництво, 2013. 548 с. 4. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : Навч. посібник / Г.Г. Кірейцев. 2-ге вид., переробл. і допов. К : ЦУЛ, 2002. 496 с. 5. Крисак Я.В. Фінансова математика. Фінансові потоки: навч. посіб. / Я.В.Крисак, І.О.Ластівка – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2009. 88 с.
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

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

Знати:

- поняття фінансової математики, типи фінансових операцій і розрахунків;
- механізми операцій нарощення та дисконтування;
- методи розрахунку простих та складних процентів (відсотків);
- механізми розрахунку нарощених сум в умовах інфляції;
- поняття еквівалентності процентних (відсоткових) ставок;
- поняття та види фінансових рент;
- методи визначення параметрів фінансових рент;
- способи конверсії та консолідації фінансових рент;
- механізми погашення довгострокових кредитів;
- показники економічного аналізу ефективності інвестицій;
- методи оцінювання ефективності окремих інструментів фондового ринку.

Вміти:

- розраховувати нарощені суми на основі простих та складних процентних ставок;
- здійснювати операції математичного та банківського дисконтування; розраховувати нарощені суми в умовах інфляції;
- визначати еквівалентні процентні ставки для різних типів фінансових операцій; здійснювати розрахунок параметрів фінансових рент;
- визначати параметри фінансових рент за умов зміни окремих параметрів;

- здійснювати консолідацію фінансових рент;
- формувати фонди погашення довгострокових кредитів за різних умов;
- проводити оцінювання ефективності фінансових операцій;
- розраховувати показники ефективності окремих інструментів фондового ринку.

Програмні результати навчання (ПРН):

1. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.
2. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
5. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
6. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальна компетентність:

1. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

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

- Тема 1. Вартість грошей у часі та її використання в фінансовій діяльності підприємства
- Тема 2. Нарощення і дисконтування з використанням схеми простих відсотків
- Тема 3. Нарощення і дисконтування з використанням схеми складних відсотків
- Тема 4. Грошові потоки та їх аналіз з використанням методів нарощення і дисконтування
- Тема 5. Урахування інфляції в фінансових розрахунках
- Тема 6. Еквівалентність ставок і зміна умов фінансових операцій
- Тема 7. Кредитні розрахунки підприємств
- Тема 8. Аналіз ефективності реальних інвестицій
- Тема 9. Аналіз ефективності фінансових інвестицій

Назва дисципліни	<i>Фінансова математика</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	3,5
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.8 за ОП Економіко-математичні методи та моделі Шифр 1.32 за ОП Фінансовий менеджмент та кредитна політика Шифр 1.37 за ОП Фінансовий аналіз Шифр 2.9 за ОП Фінансові розрахунки та дисконтування
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	1. Основи фінансової математики : підручник / Іваненко Т. В. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 200 с. 2. Тижненко Л. О. Фінансова математика : конспект лекцій для студентів напряму підготовки «Фінанси» / Л. О. Тижненко, В. О. Кожевніков. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 116 с. 3. Финансовая математика : учебник / Четыркин Е. М. – 4-е изд. – Москва : Дело, 2004. – 400 с.

	4. Фінансова математика: навчальний посібник / Березька К. М., Неміш В. М. – Тернопіль: ТНЕУ, 2010. – 195 с. 5. Фінансова математика: підручник / Григорків В. С., Ярошенко О. І., Нікіфоров П. О. – Чернівці: ЧНУ, 2011. – 488 с.
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

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

Знати:

- поняття фінансової математики, типи фінансових операцій і розрахунків;
- механізми операцій нарощення та дисконтування;
- методи розрахунку простих та складних процентів (відсотків);
- механізми розрахунку нарощених сум в умовах інфляції;
- поняття еквівалентності процентних (відсоткових) ставок;
- поняття та види фінансових рент;
- методи визначення параметрів фінансових рент;
- способи конверсії та консолідації фінансових рент;
- механізми погашення довгострокових кредитів;
- показники економічного аналізу ефективності інвестицій;
- методи оцінювання ефективності окремих інструментів фондового ринку.

Вміти:

- розраховувати нарощені суми на основі простих та складних процентних ставок;
- здійснювати операції математичного та банківського дисконтування;
- розраховувати нарощені суми в умовах інфляції;
- визначати еквівалентні процентні ставки для різних типів фінансових операцій;
- здійснювати розрахунок параметрів фінансових рент;
- визначати параметри фінансових рент за умов зміни окремих параметрів;
- здійснювати консолідацію фінансових рент;
- формувати фонди погашення довгострокових кредитів за різних умов;
- проводити оцінювання ефективності фінансових операцій;
- розраховувати показники ефективності окремих інструментів фондового ринку.

Програмні результати навчання (ПРН):

1. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.
2. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
5. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
6. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальна компетентність:

1. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

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

Тема 1. Фінансова математика: предмет, принцип «сучасної вартості грошей», види відсоткових ставок

Тема 2. Нарощення і дисконтування з використанням схеми простих відсотків

Тема 3. Нарощення і дисконтування з використанням схеми складних відсотків

Тема 4. Грошові потоки та їх аналіз з використанням методів нарощення і дисконтування

Тема 5. Урахування інфляції в фінансових розрахунках

Тема 6. Еквівалентність ставок і зміна умов фінансових операцій

Тема 7. Кредитні розрахунки підприємств

Тема 8. Аналіз ефективності реальних інвестицій та фінансових інвестицій

Назва дисципліни	<i>Комунікативний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	4 курс (рік)
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр ОКП 1.22 Менеджмент ЗЕД підприємств Шифр ОКП 1.25 Теорія організації Шифр ОКП 1.30 Менеджмент проектів Шифр ОКП 1.39 Самоменеджмент Шифр ВКЗ 2.1 Етика бізнесу та соціальна відповідальність
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації...), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекції, практичні (семінарські), консультації
Форма семестрового контролю*	Залік

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

Навчальна дисципліна "Комунікативний менеджмент" є однією із складових частин блоку професійно-орієнтованих дисциплін при підготовці студентів напряму 0306 «Менеджмент», освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр».

Сучасні умови господарювання вимагають від менеджера розвинутих навичок спілкування із людьми, що відображає не тільки рівень культури самого менеджера, його організації, а й забезпечує йому психологічну безпеку. У менеджменті комунікація відіграє надзвичайно важливу роль. Практично все, що роблять менеджери різних рівнів для вирішення стратегічних та тактичних завдань розвитку своїх фірм, вимагає ефективного обміну інформацією. Головною умовою ефективності ділової комунікації є усвідомлення того, що можливість реалізації цілей взаємодії зростає, якщо правильно організувати її проведення і досягти при цьому створення атмосфери взаєморозуміння, довіри і співробітництва. Тому у підготовці менеджерів не можна обійтися без вивчення курсу „Комунікативний менеджмент”.

Місце „Комунікативного менеджменту” серед інших наук – висхідне, після вивчення циклу управлінських дисциплін, як-от: основ менеджменту, управління персоналом, паралельно із психологією управління, конфліктологією тощо. Зміст програми враховує основні аспекти підготовки менеджерів підприємницької діяльності та менеджерів на ринку товарів та послуг. Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

загальних:

ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

спеціальних:

1. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (С6)

2. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. (С7)

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

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

Головною метою викладання дисципліни «Комунікативний менеджмент» 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.

Одна з найважливіших умов успіху в бізнесі - створення в очах потенційного партнера іміджу людини, що вміє поводитися в ситуаціях ділової комунікації, володіє методикою ведення ділової бесіди, ділових переговорів, службових телефонних розмов, успішно працює з сучасними електронними засобами комунікації, а також опанувала невербальні засоби комунікації. Ця дисципліна допомагає створенню такого іміджу, вчить установлювати і підтримувати контакт між людьми, пов'язаними інтересами справи. При вивченні дисципліни передбачені лекційні і практичні заняття. На лекціях у короткій і узагальненій формі викладаються основні питання розділів дисципліни. На практичних заняттях студенти відпрацьовують уміння і навички поведінки в ситуаціях ділової комунікації.

Під час самостійної роботи студенти поглиблюють свої знання з предмету, самостійно вивчають питання і теми дисципліни, не передбачені для аудиторної роботи. Для контролю засвоєння знань з цієї навчальної дисципліни навчальним планом передбачений залік і виконання індивідуальних завдань.

Місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують сучасне економічне мислення фахівця в області управління. Метою викладання дисципліни є формування у студентів цілісного уявлення щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем (організації, проекту, бренда, особистості), концепції управління змінами за допомогою комунікаційних моделей, інструментів, технологій, методологій та методики проведення досліджень в сфері управління комунікаціями.

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 комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка комунікативного менеджменту в сучасному інформаційному суспільстві;
- специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової комунікативного менеджменту;
- в чому специфіка комунікативних технологій в межах комунікативного менеджменту;
- якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика;
- основні засади та принципи комунікативного менеджменту;
- основні методи, технології комунікативного менеджменту;
- концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту;
- обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування;
- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;
- соціальну природу поняття "комунікативний менеджмент", 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);
- перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві.

Вміти:

- приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації;
- організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження;
- розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері комунікативного менеджменту;
- орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні;
- аналізувати процеси, що відбуваються у комунікативному просторі;

- застосовувати соціологічні методи до вивчення символічної, візуальної, подієвої, міфологічної форм комунікативного менеджменту комунікативного простору;
- планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту;
- оцінювати ефекти застосування форм комунікативного менеджменту;
- виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні невикористаних резервів в сфері організаційних комунікацій.
- самостійно розробляти моделі ефективних комунікацій на підприємстві;
- аналізувати ефективність автоматизованого робочого місця керівника підприємства та різних категорій спеціалістів.
- проводити функціональний аналіз та контролінг діяльності ділового середовища організації;
- самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство;
- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення даної навчальної дисципліни, використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

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

Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики.

Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту.

Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту.

Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.

Тема 5. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.

Тема 6. Типологія ділових комунікацій.

Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації.

Тема 8. Ефективні ділові комунікації.

Назва дисципліни	<i>Етика ділового спілкування</i>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	4 курс (рік)
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр ОКП 1.22 Менеджмент ЗЕД підприємств Шифр ОКП 1.25 Теорія організації Шифр ОКП 1.30 Менеджмент проєктів Шифр ОКП 1.39 Самоменеджмент Шифр ВКЗ 2.1 Етика бізнесу та соціальна відповідальність
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації...), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекції, практичні (семінарські), консультації
Форма семестрового контролю*	Залік

Ключові результати навчання (знання, вміння та інші компетентності):

Навчальна дисципліна «Етика ділового спілкування» є однією із складових частин блоку професійно-орієнтованих дисциплін при підготовці студентів напряму 0306 «Менеджмент», освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр».

Сучасні умови господарювання вимагають від менеджера розвинутих навичок спілкування із людьми, що відображає не тільки рівень культури самого менеджера, його організації, а й забезпечує йому психологічну безпеку. У менеджменті комунікація відіграє надзвичайно важливу роль. Практично все, що

роблять менеджери різних рівнів для вирішення стратегічних та тактичних завдань розвитку своїх фірм, вимагає ефективного обміну інформацією. Головною умовою ефективності ділової комунікації є усвідомлення того, що можливість реалізації цілей взаємодії зростає, якщо правильно організувати її проведення і досягти при цьому створення атмосфери взаєморозуміння, довіри і співробітництва. Тому у підготовці менеджерів не можна обійтися без вивчення курсу «Етика ділового спілкування».

Місце «Етика ділового спілкування» серед інших наук – висхідне, після вивчення циклу управлінських дисциплін, як-от: основ менеджменту, управління персоналом, паралельно із психологією управління, конфліктологією тощо. Зміст програми враховує основні аспекти підготовки менеджерів підприємницької діяльності та менеджерів на ринку товарів та послуг. Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

загальних:

ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

ЗК15. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

спеціальних:

1. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (С6)

2. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту. (С7)

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

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

Метою викладання дисципліни «Етика ділового спілкування» 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.

Одна з найважливіших умов успіху в бізнесі - створення в очах потенційного партнера іміджу людини, що вміє поводитися в ситуаціях ділової комунікації, володіє методикою ведення ділової бесіди, ділових переговорів, службових телефонних розмов, успішно працює з сучасними електронними засобами комунікації, а також опанувала невербальні засоби комунікації. Ця дисципліна допомагає створенню такого іміджу, вчить установлювати і підтримувати контакт між людьми, пов'язаними інтересами справи. При вивченні дисципліни передбачені лекційні і практичні заняття. На лекціях у короткій і узагальненій формі викладаються основні питання розділів дисципліни. На практичних заняттях студенти відпрацьовують уміння і навички поведінки в ситуаціях ділової комунікації.

Місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця.

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.

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення даної навчальної дисципліни, використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

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

Тема 1. Значення етики у професійній діяльності менеджера.

Тема 2. Етика і психологія ділового спілкування, його особливості.

Тема 3. Технології і інструменти етики ділового спілкування в менеджменті.

Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.

Тема 5. Форми ділової комунікації в комунікативному менеджменті.

Тема 6. Типологія ділових комунікацій.

Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації.

Тема 8. Ефективні ділові комунікації.

Назва дисципліни	<i>Управління інвестиціями</i>
Рівень вищої освіти	Перший
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	1. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. К.: Эльга. Н, Ника-Центр, 2005 2. Боди З., Маркус А.Дж., Кейн А. Инвестиции: учебник / пер. с англ. Е. Мельник. М.: Олимп-Бизнес, 2013. 994 с. 3. Гриньова В.М., Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П., Великий Ю.М. Інвестиційний менеджмент: Навчальний посібник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2005. 664 с. 4. Гуроров О.І. Інвестиційний менеджмент: курс лекцій. Х.: ХНАУ, 2014. 202 с. 5. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / пер. с англ. Д. Липинского и др.; науч. ред. Е.Сквирская, В.Ионов. 7-е изд. М.: Альпина Паблишерз, 2016. 1316 с. 6. Докієнко Л.М., Клименко В.В., Акімова Л.М. Інвестиційний менеджмент: навч. посібник. Київ: Академвидав, 2011. 405 с. 7. Инвестиционный менеджмент: учебник / под ред. Н.И. Лахметкиной. М.: КНОРУС, 2016. 262 с. 8. Інвестиційний менеджмент: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2016. 231 с. 9. Кангро М.В., Лазарев В.Н. Инвестиционное проектирование на предприятии: учебное пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2013. 164 с. 10. Козаченко Г.В., Антіпов О.М., Ляшенко О.М., Дібніс Г.І. Управління інвестиціями на підприємстві: Навчальний посібник. К.: Лібра, 2004.

	11. Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.П. Основи інвестиційного менеджменту: Навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 340 с.
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 проєктів

Формування інвестиційної програми

Оцінка інвестиційних якостей інструментів фондового ринку

Формування й оцінка інвестиційного портфелю компанії

Назва дисципліни	<i>Страховання у бізнесі</i>
Рівень вищої освіти	Перший
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	1. Дема Д.І., Віленчук О.М., Дем'янюк І.В. Страхові послуги: навч. посібник / за заг. ред. Д.І.Деми. [3-тє вид., стереотипне]. К.: Алерта 2017. 526 с. 2. Кропельницька С.О., Плєць І.І. Страхові послуги.: навч. посіб. Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний ун-т ім.В.Стефаника», 2013. 390 с.

	3. Неівестна О.В. Страхові послуги. Конспект лекцій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 180 с. 4. Страховий і перестраховий ринки в епоху глобалізації: монографія / кер. авторського колективу О.В.Козьменко. Суми: Університетська книга, 2011. 385 с 5. Бондар Н.О. та ін. Страховий менеджмент: навчальний посібник. Харків: ХАІ, 2016. 155 с.
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 співстрахування

Доходи, витрати і прибуток страховика

Фінансова надійність страхової компанії

Назва дисципліни	<i>Управління конкурентоспроможністю підприємств</i>
Рівень вищої освіти	Вищий
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	3,5
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	Очна
Форма семестрового контролю*	Іспит

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

Назва дисципліни	<i>Контролінг</i>
Рівень вищої освіти	Вищий
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	3,5
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Дисципліни: «Бухгалтерський облік», «Фінанси, гроші та кредит»
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма, навчально-методичний комплекс
Форма проведення занять	Очна
Форма семестрового контролю*	Іспит

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. Характеристика об'єктів контролінгу
2. Організація управлінського обліку
3. Система планування та бюджетування на підприємстві
4. Методичні інструменти оперативного контролінгу
5. Експрес діагностика фінансово-господарського стану підприємства
6. Контролінг інвестиційних проектів у системі бізнесу
7. Формування системи контролінгу на підприємстві.
8. Контролінг в системі прийняття управлінських рішень

Назва дисципліни	<i>Маркетингова діяльність підприємства</i>
Рівень вищої освіти	перший
Курс (рік) навчання	5
Обсяг дисципліни у кредитах*	3
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	Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.; Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження. К.: Центр навчальної ліри, 2006. 192 с.; Корж М.В., Жуков С.А. Маркетингова діяльність підприємств в умовах глобалізації: монографія. – Краматорськ: ДДМА, 2012. 252 с. Корж М.В. Маркетинг. К.: Центр учбової літератури, 2008. 344 с. Корж М.В. Маркетинг: теорія і практика. Модуль 1: Сучасна концепція маркетингу: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Краматорськ: Донбаська державна машинобудівна академія, 2011. 180 с. Корж М.В. Маркетинг: теорія і практика. Модуль 2: Маркетингова політика на підприємстві: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Краматорськ: Донбаська державна машинобудівна академія, 2011. – 224 с.
Форма проведення занять	екзамен
Форма семестрового контролю*	письмово-усна

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):

Змістовний модуль 1. Загальнотеоретичні основи маркетингової діяльності підприємства

Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток маркетингових концепцій

- 1.1. Сутність та еволюція маркетингу
 - 1.1.1. Етапи становлення і визначення сутності маркетингу
 - 1.1.2. Основні визначення маркетингу та їх класифікація
- 1.2. Сучасний напрямок у маркетингу та порівняльна характеристика підприємств, орієнтованих на виробництво, і підприємств, орієнтованих на збут
- 1.3. Концепції маркетингової діяльності

Тема 2. Маркетингова система підприємства

- 2.1. Принципи маркетингу
- 2.2. Функції маркетингу
- 2.3. Визначення цілей і мети маркетингової діяльності
- 2.4. Маркетингові організаційні структури на підприємстві

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

- 3.1. Поняття системи засобів маркетингу (marketing-mix). Зміни і доповнення до класифікації «4Р»
- 3.2. Люди
- 3.3. Товар
- 3.4. Ціна
- 3.5. Місце
- 3.6. Просування

Тема 4. Середовище маркетингу та система маркетингових досліджень на підприємстві

- 4.1. Маркетингове середовище. Основи SWOT і STEP аналізів
- 4.2. Мікросередовище
- 4.3. Макросередовище
- 4.4. Маркетингові дослідження

Змістовний модуль 2. Практичні аспекти маркетингової політики на підприємстві

Тема 5. Маркетингова товарна політика на підприємстві

- 5.1. Класифікаційна характеристика товару. Товарний асортимент і номенклатура
- 5.2. Товарна інноваційна політика у маркетингу
- 5.3. Марочна політика у маркетингу

Тема 6. Маркетингова цінова політика на підприємстві

- 6.1. Сутність маркетингової цінової політики
- 6.2. Етапи ціноутворення у маркетингу
- 6.3. Маркетингова політика управління цінами

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

- 7.1. Система маркетингових комунікацій
- 7.2. Рекламна діяльність на підприємстві
- 7.3. Сутність методів збуту та його стимулювання
- 7.4. Сутність маркетингової політики розподілу й управління його каналами

Назва дисципліни	<i>Інформаційний бізнес</i>
Рівень вищої освіти	перший
Курс (рік) навчання	четвертий
Обсяг дисципліни у кредитах*	3
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	Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 512 с. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: навч. посібн. К.: КНЕУ, 2002. 560 с.

	<p>Інформаційні технології та моделювання бізнес процесів / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер та ін. К.: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.</p> <p>Лазарева С.Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу: навч. посібн. К.: КНЕУ, 2002. 667 с.</p> <p>Меджибовська Н.С. Електронна комерція: навч. посібн. К.: Центр навчальної літератури, Недопитанський М.І. Особливості інформаційного бізнесу в Україні. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1915.</p> <p>Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний біз-нес: підручник К.: Вид-во Ліра-К. 2015. 492 с.</p> <p>Фомин В. Информационный бизнес 3-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Litres, 2018.</p> <p>Федонюк С.В. Технології менеджменту знань і відкрите співробітництво: навч. посіб. Східно-європейський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. 124 с.</p> <p>Шалева О.І. Електронна комерція. К.: Центр учбової літератури, 2011. 216 с.</p>
Форма проведення занять	екзамен
Форма семестрового контролю*	письмово-усна

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.

Загальні компетентності:

- 34. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- 38. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- 39. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- 311. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- 312. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Спеціальні компетентності:

- C4. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.
- C7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
- C8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.
- 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):

Змістовний модуль 1. Принципи створення і організації інформаційного бізнесу

Тема 1. Інформаційна економіка і перехід до інформаційного суспільства

1.1. Основні елементи ринкової економіки, її інформаційна складова. Інформаційна сфера економіки та її структура.

1.2. Концепція інформаційного суспільства.

1.3. Інформаційна культура та інформаційні тенденції. Роль держави у формуванні інформаційного суспільства.

Тема 2. Поняття інформаційного бізнесу і закони розвитку інформаційного виробництва

2.1. Інформаційні продукти і послуги.

2.2. Функції інформаційного бізнесу.

2.3. Модель інформаційного бізнесу.

2.4. Поняття інформаційного виробництва. Закони функціонування суспільного інформаційного виробництва.

2.5. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві.

Тема 3. Інформаційний ринок і механізм його функціонування

3.1. Поняття та структура інформаційного ринку.

3.2. Механізм функціонування інформаційного ринку.

3.3. Етапи та тенденції розвитку інформаційного ринку України.

Тема 4. Організаційні структури фірми інформаційного бізнесу

4.1. Особливості формування організаційної структури в інформаційній сфері.

4.2. Типи організаційних структур.

4.3. Визначення чисельності окремих категорій персоналу інформаційно-обчислювальної фірми.

Тема 5. Франчайзинг в інформаційному бізнесі

5.1. Поняття франчайзингу та його типи.

5.2. Переваги та вади франчайзингу.

5.3. Франчайзинг в інформаційному бізнесі.

Змістовний модуль 2. Системи ведення інформаційного бізнесу

Тема 6. Виробнича система підприємств інформаційного бізнесу

6.1. Структура виробничої системи.

6.2. Класифікація виробничих систем.

6.3. Проектування виробничої системи фірми.

Тема 7. Планування в середовищі інформаційної системи

7.1. Основи стратегічного планування інформаційних систем.

7.2. Показники ефективності інформатизації.

7.3. Система збалансованих показників.

Тема 8. Інформаційна інфраструктура підприємства інформаційного бізнесу

8.1. Аналітична піраміда засобів обробки інформації.

8.2. Аналітичні системи з формування та ухвалення управлінських рішень.

8.3. ERP-системи, сховища даних і OLAP-системи.

8.4. BPM-системи.

Тема 9. Основи ергономіки в організації виробничого середовища підприємства інформаційного бізнесу

9.1. Зміст і задачі наукової організації праці.

9.2. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу.

9.3. Особливості нормування праці програмістів.

Назва дисципліни	<i>Основи економічного прогнозування</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.8 за ОП Економіко-математичні методи та моделі Шифр 1.32 за ОП Фінансовий менеджмент та кредитна політика Шифр 1.37 за ОП Фінансовий аналіз Шифр 2.9 за ОП Фінансові розрахунки та дисконтування
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	1. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Уч. Пос. – М.: ИНФРА-М, 2002. 2. Бестужев-Лада И.В., Наместникова Г.А. Социальное прогнозирование. — М; 2002. 3. Вітлінський В. В., Великоіваненко Г.І. Моделювання економіки: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2004. 4. Владимірова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Уч.пос. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и Ко», 2004. 5. Глущенко В.В. Прогнозирование. – 4-е изд. – М.: Вузовская книга, 2005. 6. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування і планування: Навчальний посібник. – К: Центр навчальної літератури, 2003. 7. Грабовецький, Б. Є. Планування та економічне прогнозування : навчальний посібник / .. Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 66 с. 8. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України». К. 23 березня 2000 р 9. Равікович Є., Присенко Г. Макроекономічне прогнозування: Навч. Пос. — К.: КНЕУ. 2002. 10. Ханк Д.Э., Уичерн Д.У., Райтс А.Дж. Бизнес-прогнозирование, 7-е изд.: Пер. с англ.. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

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

Знання:

- теоретичних основ прогнозування;
- основ методології прогнозно - аналітичної роботи;
- методик розрахунків основних макроекономічних параметрів;
- організації і порядку формування прогнозів економічного розвитку;
- особливостей використання методів прогнозування окремих галузей і секторів економіки, сфер

діяльності, структурних підрозділів якістю.

Уміння:

- аналізувати та прогнозувати економічні явища і процеси;
- виявляти загальні тенденції, напрямки та закономірності розвитку національної економіки та здійснювати їхню оцінку;
- робити узагальнюючі висновки та складати аналітичні записки;
- обирати методи економічного прогнозування;
- моделювати економічні процеси, виробляти варіанти розвитку економіки;
- виконувати основні типові прогнозні розрахунки і здійснювати їх обґрунтування.

Програмні результати навчання (ПРН):

3. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

4. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.

Загальні компетентності:

8. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
9. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
13. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
14. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальна компетентність:

1. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

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

ЗМ 1.1 Теоретичні основи економічного прогнозування

Тема 1. Зміст та історія розвитку прогнозування як науки.

Тема 2. Зміст і призначення економічного прогнозування

Тема 3. Послідовність розробки економічних прогнозів

ЗМ 1.2 Методи розробки й оцінки якості економічних прогнозів

Тема 4. Методи експертних оцінок

Тема 5. Методи екстраполяції

Тема 6. Моделювання як метод прогнозування

Тема 7. Оцінка якості економічних прогнозів

Тема 8. Методи і генерування ідей

Назва дисципліни	<i>Економічна глобалізація</i>
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Шифр 1.9 за ОП Основи підприємництва та ринкової економіки Шифр 1.10 за ОП Регіональна економіка та просторовий розвиток Шифр 1.11 за ОП Макроекономіка Шифр 1.12 за ОП Мікроекономіка Шифр 1.20 за ОП Міжнародні економічні відносини Шифр 1.21 за ОП Державне і регіональне управління
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	1. Глобальна економіка: Навчальний посібник. / Н.М.Вдовенко, Л.В. Богач, В.Л.

	<p>Гераймович, К.С. Кваша, М.М. Павленко – (2-ге перевидання) К. : Кондор Видавництво, 2018. – 320</p> <p>2. Глобальна економіка / Словник-довідник / Н.М.Вдовенко, Л.В. Богач, В.Л. Гераймович, Л.М. Сокол. – К., 2017. – 169 с.</p> <p>3. Мазурок П.П. Глобальна економіка: навч. посіб./ П.П. Мазурок, Б.М. Одягайло, В.В. Кулішов, О.М. Сазонец. – Львів: Магнолія 2016. – 208 с.</p> <p>4. Глобальна економіка: конспект лекцій для студентів V курсу денної форми навчання спеціальності «Міжнародна економіка». /Відп. за випуск О.В. Воронова. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2015. – 84 с.</p> <p>5. Глобальна економіка: підручник/ І.О. Бочан, І.Р. Михасюк. – К. : Знання, 2017. – 404 с.</p> <p>6. Гражевська Н.І. Економічні системи епохи глобальних змін: навч. посіб./ Н.І. Гражевська. – К. : Знання, 2015. - 431 с.</p> <p>7. Кальченко Т.В. Глобальна економіка: навч. посіб. / Т.В. Кальченко; ДВНЗ Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – К. : КНЕУ, 2016. – 364 с.</p> <p>8. Робоча програма навчальної дисципліни «Глобальна економіка» для студентів усіх спеціальностей всіх форм навчання/ укл. Н.О. Степаненко, В.О. Степаненко. – Х. : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. – 62 с</p>
Форма проведення занять	лекції, практичні
Форма семестрового контролю*	Залік

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

Знання:

- понятійний та категорійний апарат теорії економічної глобалізації;
- економічну сутність глобалізації;
- основні методологічні підходи, інструментарій, показники, що висвітлюють економічну глобалізацію;
- школи, що концентрують увагу на ключових проблемах економічної глобалізації;
- витоки та засади міждисциплінарного дослідження економічної глобалізації;
- змістовну специфіку становлення глобальної економіки;
- цивілізаційні засади процесів глобалізації;
- передумови та наслідки дуалізму сучасного стану глобалізації;
- вплив парадоксальної природи глобальних трансформацій на характер та напрямки розвитку світової цивілізації;
- чинники, що спричинили виникнення альтерглобалізму, його форми та наслідки для визначення подальших напрямків глобалізації;
- засади та зміст прогнозування перспектив глобального розвитку;
- теоретичні та практичні підходи до формування механізмів регулювання глобальної економіки;
- міжнародні стратегії глобалізації;
- засади та механізми формування конкурентної стратегії розвитку України в умовах глобалізації.

Уміння:

- визначати методологічний апарат дослідження окремих аспектів глобалізаційного процесу;
- аналізувати вплив цивілізаційних особливостей на характер інтеграції окремих країн світу в глобальну економіку та специфіку організації економічної взаємодії;
- використовувати знання специфіки механізмів глобалізації на сучасному її етапі в процесі визначення

можливостей, що вона надає;

- виявляти суперечності та парадокси, що породжуються глобальною економічною взаємодією і визначати, яким чином вони можуть впливати на характер економічного розвитку;
- аналізувати витoki, умови та наслідки формування окремих напрямків альтерглобалізму та їх вплив на перспективи глобалізації;
- визначати наслідки впливу глобалізації на перспективи окремих аспектів економічної діяльності;
- визначати можливості та обмеження підходів до формування регулятивних механізмів глобального розвитку, можливості та обмеження окремих інститутів глобального регулювання;
- аналізувати можливості, обмеження, вигоди та негативні сторони міжнародних стратегій глобалізації;
- визначати переваги та недоліки елементів глобальної конкурентної стратегії розвитку України.

Програмні результати навчання (ПРН):

2. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

3. Спілкуватись в усній та письмовій формі державною та іноземною мовами.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
5. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
6. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.
7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

Спеціальна компетентність:

4. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

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

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади глобальних досліджень

Тема 1. Часові межі феномену глобалізації

Тема 2. Сучасна методологія глобалізації

Тема 3. Школи і міждисциплінарний статус глобалістики

Тема 4. Цивілізаційні виміри глобальних економічних процесів

Тема 5. Становлення глобальної економіки

Змістовний модуль 2. Сучасний стан, проблеми та перспективи глобальної економіки

Тема 6. Суперечності і дуалізм сучасного етапу глобалізації

Тема 7. Парадоксальна природа глобальних трансформацій

Тема 8. Альтерглобалізм та його форми

Тема 9. Глобальна економіка як прогностична реальність

Тема 10. Регулятивні механізми глобальної економіки

Тема 11. Міжнародні стратегії глобалізації

Тема 12. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації