УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

Кафедра міжнародного маркетингу

КАТАЛОГ ДЛЯ БАКАЛАВРІВ

2020-2021 навчальний рік

Дніпро 2020

ЗМІСТ

Назва дисципліни	Сторінки
Українська ідентичність, історія, культура, мова	4
Іноземна мова	8
Інформаційні та комунікаційні технології	15
Вища математика (Вища та прикладна математика)	21
Вища математика (Теорія ймовірності і математичної статистики)	26
Економіко-математичні методи та моделі (Економетрика)	33
Економічна теорія (Основи економічної науки)	40
Економічна теорія (Мікроекономіка)	47
Економічна теорія (Макроекономіка)	50
Ділова іноземна мова	59
Регіональна економіка	72
Фінанси, гроші та кредит	78
Менеджмент	90
Статистика	96
Маркетинг	102
Економіка підприємства та підприємництва	107
Бухгалтерський облік	113
Міжнародні економічні відносини	119
Маркетингова товарна політика	128
Маркетингова політика розподілу	133
Логістика	138
Маркетингові дослідження	143
Маркетингові комунікації	149
Маркетинг промислового підприємства	154
Міжнародний маркетинг	159
Поведінка споживача	165
Маркетингове ціноутворення	171
Маркетинг послуг	177
Сучасні технології маркетингу (Реклама і рекламна діяльність)	182
Сучасні технології маркетингу (Інтернет маркетинг)	187
Друга іноземна мова	192
Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)	199
Основи маркетингового управління (Інфраструктура товарного ринку)	203
Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)	209
Основи маркетингового управління (Територіальний маркетинг)	214
Основи маркетингового управління II (Облік витрат в маркетингу)	219
Основи маркетингового управління II (Маркетингове управління	223

конкурентоспроможністю)	
Створення і управління власним бізнесом	228
Основи маркетингового управління II (Маркетинговий контроль і аудит)	232
Основи бізнес комунікації (Ділові комунікації)	238
Основи бізнес комунікації (Історія реклами)	243
Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)	248
Рекламний бізнес	251
Маркетингові комунікації II (Паблік рілейшнз)	256

Назва дисципліни: Українська ідентичність: історія, культура, мова

Мета: формування у студентів цілісного уявлення про історію українського народу, його культуру та мову в контексті національної української ідентичності.

Основні компетентності, що формуються:

- Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- Здатність спілкуватися державною мовою, розуміння важливості досконалого володіння державною мовою
- Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку української історії, її місця у загальній системі знань про суспільство та у його розвитку

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	I	4,5 / обов'язкова	Гринчак Маргарита Олексіївна, к.і.н, доцент (mhrynchak@duan.edu.ua)	135 год. (28 год. лекцій)

Результати навчання*	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 13	Лекція, дискусія	**Поточний контроль:** Участь у дискусії, виконання групового завдання **Підсумковий контроль:** екзамен
РН 14	Лекція, дискусія	**Поточний контроль:** Участь у дискусії, виконання групового завдання **Підсумковий контроль:** екзамен
РН 19	Лекція, дискусія	**Поточний контроль:** Участь у дискусії, виконання групового завдання **Підсумковий контроль:** екзамен

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

50% – виконання групового завдання

50% – участь у дискусії

Критерії оцінювання:

- ✓ Вчасність виконання завдань
- ✓ Чіткість, логічність та аргументованість викладення власних думок
- ✓ Здатність використання загальнонаукових та емпіричних методів наукового дослідження
- ✓ Знання історичної теорії
- ✓ Вміння застосовувати ключові історичні теорії, поняття та методи

Зміст

Модуль 1.

Тема 1. Українська ідентичність: феномен та засади формування. Етногенез українського народу

Тема 2. Еволюція поглядів на українську ідентичність

Тема 3. Державотворення як фактор формування української ідентичності. Київська Русь та Галицька-Волинська держава

Тема 4. Козацький міф в українській історії та культурі.

Тема 5. Боротьба за відновлення державності на початку XX сторіччя
Тема 6. Творення сучасної української держави
Тема 7. Українські землі під владою інших держав
Модуль 2.
Тема 8. Цивілізаційне місце українців у світовому геополітичному просторі
Тема 9. Правосвідомість українського суспільства: культурно-історичне підґрунтя
Тема 10. Українська культура як джерело національної ідентичності
Тема 11. Українська мова як фундамент національно-культурної ідентичності
Тема 12. Громадянська ідентичність українців та її еволюція . Суспільно-політичні рухи, повстання та революції
Тема 13. Український менталітет та національний характер.
Тема 14. Соціально-демографічний аспект ідентичності

Література

Основна

1. Грицак Ярослав. *Нариси історії України: формування модерної української нації XIX-XX ст.* [Навч. посібник]. Київ: Генеза, 1996. 360 с. URL:http://history.franko.lviv.ua/PDF%20Final/Grycak.pdf
2. Плохій С. Козацький міф. Історія та націєтворення в епоху імперій / Авториз. пер. з англ. М. Климчука. К.: Laurus, 2015. 400 с. URL:https://mybook.ru/author/sergej-plohij/kozackij-mif/read/
3. Степико М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія / М. Т. Степико. К.: НІСД, 2011. 336 с. URL:http://resource.history.org.ua/item/11040
4. Україна в історіях та оповідях. Есеї українських інтелектуалів. Київ: Інтерньюз-Україна, UkraineWorld, 2019. 304 с. URL:https://ukraineworld.org/ua/articles/books/essays-intellectuals
5. Яковенко Наталія. Нарис історії середньовічної та ранньомодерної України/ Н. Яковенко. Київ: Критика, 2005. 380 с. URL:http://history.franko.lviv.ua/PDF%20Final/Jakovenko.pdf

Додаткова

1. Андерсон, Б. Уявлені спільноти. Міркування щодо походження і поширення націоналізму / Б. Андерсон. К. : «Критика», 2001
2. Гнатюк, О. Прощання з імперією. Українські дискусії про ідентичність / О. Гнатюк. К., 2005. С. 264-265
3. Головаха, Є. Основні етапи і тенденції трансформації українського суспільства / Є. Головаха, Н. Паніна // Соціологія: теорія, методи, маркетінг. 2006. № 3. С. 41.
4. Грушевський М. Звичайна схема «русскої» історії й справи раціонального укладу історії східного слов ’янства / М. Грушевський // Вивід прав України. К., 1991
5. Іванишин, В. Нація. Державність. Націоналізм / В. Іванишин. Дрогобич, «Відродження», 1992
6. Ігнатов, В. О. Національна держава: національний і наднаціональний виміри: автореф. дис… д. політ. н.: 23.00.02 / В. І. Ігнатов. К.,1996
7. Колодій, А. М. На шляху до громадянського суспільства. Теоретичні засади й соціокультурні передумови демократичної трансформації в Україні / А. М. Колодій. Львів : Червона калина, 2002.
8. Кононенко, П. Свою Україну любіть / П. Кононенко. К.: Твім інтер, 1996.
9. Котигоренко, В. О. Щодо стратегії державної етнонаціональної політики / В. О. Котигоренко // Стратегічні пріоритети. 2008. № 1. С. 47

10. Кримський, С. Б. Універсалії українського менталітету / С. Б. Кримський // Кур'єр ЮНЕСКО. 1992. Вересень-жовтень. С. 73.
11. Курас, І. Ф. Українці, корінні народи і національні меншини: проблеми гармонізації / І. Ф. Курас // Етнополітологія. Перші кроки становлення. К. : Генеза, 2004. С. 300–309.
12. Лисяк-Рудницький, І. Роля України в новітній історії. Історія філософії України : хрестоматія / І. Лисяк-Рудницький. К. : Либідь, 1993
13. Михальченко, М. Україна доби межичасся. Блиск та убозтво куртизанів / М. Михальченко, З. Самчук. – 1998.
14. Мнацаканян М. О. Про інтегральної теорії національно-етнічної спільності / М. О. Мнацаканян // Социс. 1999. № 9. С. 65
15. Нагорна, Л. Війни ідентичностей – сценарії і ризики / Л. Нагорна // Політичний менеджмент. 2007. № 2 (23). С. 47
16. Побочий, І. Складові ефективності політичної еліти демократичного суспільства / І. Побочий // Політологічний вісник: зб. наук. праць. К. : Інтас, 2009. Вип. № 40. С. 348.
17. Ренан, Е. Що таке нація? / Е. Ренан // Націоналізм: Антологія. – 2-ге вид. – К.: Смолоскип, 2006.
18. Рябчук, М. Дві України: реальні межі, віртуальні війни / М. Рябчук. К. : Критика, 2003. С. 13
19. Рябчук, М. Дилеми українського Фауста: громадянське суспільство і «розбудова держави» / М. Рябчук. К. : Критика, 2000. С. 22.
20. Рябчук, М. Постколоніальний синдром. Спостереження / М. Рябчук. К.: «К.І.С.», 2011
21. Сміт, Е. Національна ідентичність / Е. Сміт. К., «Основи»,1994
22. Шкляр, Л. Е. Этнос. Культура. Личность. Философско методологические аспекты исследования / Л. Е. Шкляр. К.: «Наукова думка», 1992.
23. Хуснутдінов, О. Я. Громадянський рух як рушійна сила формування громадянського суспільства (Третій сектор в Україні. Теоретично правові та практичні аспекти розвитку) / О. Я. Хуснутдінов. К.: ФПУ, 2000

Політика курсу

Політика щодо відвідування занять. Здобувачі мають відвідувати заняття регулярно. Більша частина матеріалу, який виноситься на модульний контроль, базується на лекціях. Здобувач має відпрацювати пропущені практичні заняття, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Здобувачі з особливими потребами. Якщо стан здоров'я здобувача не дозволяє відвідувати всі заняття та виконувати всі види робіт, він повинен обов'язково повідомити про це викладача на початку курсу і узгодити порядок складання завдань.

Навчання в умовах посилення карантинних заходів. У випадку посилення карантинних заходів допускається навчання в режимі онлайн, що передбачає використання таких інструментів дистанційної освіти як Zoom та Google Classroom.

Академічна доброчесність: Здобувач має усвідомлювати, що академічна недоброчесність є неприпустимою. Недоброчесність під час виконання будь-якого завдання призведе до автоматичного анулювання балів за виконання відповідного завдання. Під час іспитів та контрольних робіт здобувачам забороняється користуватися жодним електронним пристроєм, навчальними й додатковими матеріалами. Плагіат є забороненим, друковані роботи перевіряються на наявність текстових запозичень.

Політика щодо використання телефонів та інших електронних пристроїв: Під час проведення навчальних занять електронні пристрої та телефони мають перебувати в безшумному режимі роботи. У разі невиконання даної вимоги, викладач має право запропонувати здобувачу залишити аудиторію.

Поведінка в аудиторії. Здобувач повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальний посібник, письмові приладдя. Забороняється відволікати одногрупників та викладача, самовільно залишати аудиторію, вмикати чи вимикати електронне обладнання без дозволу викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, а також ведення телефонних розмов в аудиторії під час освітнього процесу. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати здобувача написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію. Грубе порушення дисципліни прирівнюється до пропуску заняття без поважної причини.

Пропозиції здобувачів вищої освіти: Протягом вивчення курсу здобувачі можуть звернутися до викладача з пропозиціями щодо вдосконалення освітнього процесу. Дані пропозиції можуть бути висловлені в усній або письмовій формі. Для вирішення будь-якого питання, яке пов'язане із вивченням даної дисципліни, здобувач може усно звернутися до викладача або написати повідомлення на наступну електронну адресу: mhrynchak@duan.edu.ua

Назва дисципліни: Іноземна мова				
Анотація: ***Метою*** дисципліни є формування у студентів іншомовної комунікативної компетенції у користуванні, що сприятиме їх ефективному функціонуванню у культурному розмаїтті навчального та професійного середовищ. При цьому особливий наголос робиться на поглибленні знань з іноземної мови та удосконаленні мовленнєвих навичок і розвиток мовних умінь, здобутих у середній школі, і підготовці здобувачів до оволодіння навичками та уміннями іншомовного спілкування у сфері майбутньої професійної діяльності. Основна мета навчання іноземної мови реалізується через більш конкретні **компетенції**: набуття навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами (B1+ та вище); одержання інформації з іноземних джерел; користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики; проведення презентацій з загальних питань.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
англ.	I	6 / обов’язкова	Доц. Гречухіна І.Д., доц. Полішко Н.Є., викл. Герченова І.В., викл. Дербак О.А., викл. Стеценко Р.М.	180 год. (56 год. практичних занять, 100 год. самостійної роботи, 18 год. індивідуальної роботи, 6 год. консультацій)
Результати навчання			**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
• Знає граматичні структури, що є необхідними для гнучкого вираження відповідних понять, а також для розуміння і створення широкого кола текстів у загальній та професійній сфері; • Знає правила іноземного синтаксису, щоб дати можливість розпізнавати і створювати широке коло текстів щодо особистого життя та у професійній діяльності; • Має достатній словниковий запас, що є необхідним для розв’язання професійних завдань та ситуацій, а також можливих проблем у загальній та професійній діяльності засобами англійської			Практичні заняття	Оцінювання умінь та навичок, усні відповіді на питання
			Самостійна робота	Оцінювання умінь та навичок, усні відповіді на питання,

мови. • Знає особливості міжкультурного спілкування (основи знань про відмінність культур, основи етикету, діловий стиль усного та писемного спілкування). • Володіє достатнім рівнем професійного іншомовного усного мовлення для розв'язання особистих та професійних завдань та ситуацій, а також можливих проблем у професійній діяльності засобами англійської мови. • Демонструє розуміння міжкультурних особливостей сторін, залучених до співпраці та вміє попереджувати міжкультурні конфлікти. • Може активно працювати в команді та вирішувати поставлені завдання засобами англійської мови, може порозумітися з особами, які є та не є фахівцями у цій галузі. • Уміє організувати роботу команди засобами англійської мови задля досягнення командою поставленої мети. • Володіє навичками професійного іншомовного спілкування з використанням комунікативних технік і технологій (активного слухання, критичного пислення, ведення переговорів, презезентацій тощо). • Має сформовану професійну та функціональну комунікативну компетність у користуванні англійською мовою, що сприяє ефективному функціонуванню у культурному розмаїтті навчального та професійного середовищ. • Застосовує знання та уміння міжкультурної комунікації для підвищення власної конкурентноспроможності на ринку праці.		презентація
	Робота в парах/малих групах	Оцінювання навичок взаємодії/ роботи у парі/групі
	Дискусія/ диспут за матеріалами лекції та вивчених літературних джерел	Участь в дискусії /диспуті
	Групова дискусія на основі прочитаного	Участь у дискусії,
	Взаємоконтроль	Взаємооцінювання
	Інтернет-пошук	Усні відповіді на питання, участь у дискусії, презентація,
	Індивідуальні презентації	Презентація, усні відповіді на питання
	Рольова гра	Участь у рольовій грі, оцінювання навичок взаємодії, мовних навичок
	Написання есе за темами, що вивчаються та листів за ситуаціями	Перевірка письмових робіт
	Тестування (письмове, усне, онлайн)	Перевірка правильності виконання тестових завдань, усне опитування
Оцінка		
Підсумкова оцінка 100% поточного оцінювання: **10% участь у дискусії / диспуті** (5%*2)		

Участь у дискусії/ диспуті	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у дискусії, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал під час дискусії, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням усіх рекомендацій щодо ведення дискусій.
4	Бере досить активну участь у дискусії, наводить аргументи під час дискусії, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням основних рекомендацій щодо ведення дискусій. Але при викладанні деяких аргументів не вистачає достатньої глибини та мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
3	Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) бере участь під час дискусії, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки.
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у дискусії за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають тематиці, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню.

10% участь у рольовій грі (5%*2)

Участь у рольовій грі	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у рольовій грі, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал щодо своєї ролі, активно пропонує ідеї, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми, повністю виконує свої завдання в команді.
4	Бере досить активну участь у рольовій грі, наводить аргументи відповідно своєї ролі, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми. Але при вирішенні проблеми не вистачає мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, проте повністю виконує свої завдання в команді.
3	Фрагментарно, поверхово (без обґрунтування) бере участь у рольовій грі, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки, не пропонуючи ідей, а лише відтворюючи інформацію зі своєї ролі, частково виконує свої завдання в команді .
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у рольовій грі за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають ролі, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному

	розумінню. Не бере участь у виконанні завдань команди.

35 есе/лист (5%*7, з них 6 обов'язкових, одне на вибір здобувача)

Лист/ есе	Критерії оцінки
5	Лист (есе) складено за встановленими нормами. Текст чітко структурований з використанням мовних кліше/ зв'язок. Письмове висловлення побудовано логічно й послідовно з аргументацією. Опрацьовані всі умови завдання повністю. Допускається декілька помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.
4	Лист (есе) складено в основному за встановленими нормами з використанням мовних кліше/ зв'язок. Текст достатньо чітко структурований. Опрацьовані не всі умови завдання повністю, деякі лише згадані. Допускається незначна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано не достатньо широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.
3	Лист (есе) складено з відхиленнями від встановлених норм, є неточності в використанні мовних кліше/ недостатнє використання зв'язок. Опрацьовані не всі умови завдання. Наявна значна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, дуже вузький спектр лексичного запасу з теми.

40% модульні контрольні роботи (тестові завдання з лексики, граматики, читання, аудіювання та творче завдання з письма) (20%*2)

Тестові завдання модульної контрольної роботи оцінюються за кількістю правильних відповідей, творче завдання з письма оцінюються за критеріями листа/ есе. Бали за модульну контрольну роботу зараховуються відповідно до відсотка правильних відповідей, як показано в таблиці нижче.

90-100 %	**20**
82-89 %	**18**
75-81 %	**16**
67-74 %	**14**
60-66 %	**12**
35-59 %	**10**
1-34 %	**0**

5% презентація за результатами дослідницького проекту (усна з використанням мультимедіа)

Презентація	Критерії оцінки
5	Продемонстровано вільне володіння усною мовою, повне дотримання структури презентації та використання мовленнєвого потенціалу, обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, одержані результати систематизовані й класифіковані, висновки є переконливими. У мовленні студента практично немає помилок або є незначні помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
4	Продемонстровано добре володіння усною мовою, дотримання структури презентації, достатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, систематизовані та класифіковані одержані результати, але висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
3	Продемонстровано задовільне володіння усною мовою, неповне дотримання структури презентації, недостатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та не достатньо обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито частково, не повністю систематизовані та класифіковані одержані результати, висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що частково заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі..
2	Не дотримується структура презентації. Тема не розкрита. Продемонстровано менш ніж посередній рівень володіння навичками усного мовлення. У мовленні студента багато помилок, що заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.

5% Відеопрезентація за результатами виконання індивідуальної роботи (запис відеоролику за темою або ситуацією) (на вибір здобувача)

5	Продемонстровано вільне володіння усною мовою виконання завдання – відповідність темі, досягнення цілі, наведено достатню кількість аргументів та пояснень відповідно до завдання, продемонстровано відповідні об’єкти, наведено висновки. У мовленні студента практично немає помилок або є незначні помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі. Технічно відеоролик є готовим до перегляду та обговорення, розміщено на вказаній платформі в строк.
4	Продемонстровано добре володіння усною мовою, відповідність темі, досягнення цілі, певну кількість аргументів та пояснень відповідно до завдання, частково продемонстровано відповідні об’єкти, наведено висновки, які, однак, не достатньо аргументовані. У мовленні студента є помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі. Технічно відеоролик є готовим до перегляду та обговорення, розміщено на вказаній платформі в строк.
3	Продемонстровано задовільне володіння усною мовою, не у повному обсязі виконано завдання, тему розкрито частково, висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що частково заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.. Технічно відеоролик є готовим до перегляду та обговорення, розміщено на вказаній платформі в строк.

2	Завдання презентації лише згадується або повторюється формулювання. Тема не розкрита. Продемонстровано менш ніж посередній рівень володіння навичками усного мовлення. У мовленні студента багато помилок, що заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі. Технічно відеоролик важкосприйнятний або неприйнятний до перегляду та обговорення. Робота виконана пізніше призначеного строку, що унеможливлює заплановане групове обговорення роботи згідно плану аудиторних занять.

Зміст

* **Змістовний модуль 1.** ***Життя: робота та дозвілля.***.

Тема 1: Особиста інформація/ Personal information

Тема 2. Робота та родина/ Jobs & family

Змістовний модуль 2. ***Стилі та рівні життя. Звички.***

Тема 3. Daily routine / Розпорядок дня

Тема 4. У вільний час / Free time activities

Література

Основна

1. SpeakOut. Elementary / Frances Eales, Steve Oakes. – Pearson/ Longman, 2009.
2. SpeakOut. Pre-intermediate / Antonia Clare, JJ Wilson. – Pearson/ Longman, 2009.
3. Roberts R., Clare A., Wilson, JJ. New Total English. Intermediate. – Pearson Education Limited,

2011. *

4. Crace A., Acklam R. New Total English. Upper-Intermediate. – Pearson Education Limited,

2011.

5. New Total English (Advanced) / JJ Wilson, Antonia Clare. – Pearson Education Limited, 2013.
6. Cox M. Cambridge IGCSE® First Language English Coursebook. Fifth edition. – Cambridge

University Press, 2018.

Додаткова

1. Семеренко Л.І., Артюхова І.П. Communicating in English: Навч/ посібник / Л.І. Семеренко, І.П. Артюхова – Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2003. – 368 с.
2. Романовська Ю.В. Вивчаємо світ, навчаємося англійської!: Посібник з англійської мови / Ю.В. Романовська– К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2000. – 181с.
3. Evans V., Dooley J. Grammarway 2. Express Publishing, 2009.
4. Evans V., Dooley J. Grammarway 3. Express Publishing, 2009.
5. Pavich J. Cambridge International AS Level English General Paper Coursebook. Fifth edition. Cambridge University Press, 2018.
6. Tarnopolsky, O. English communication role plays. Teaching tutorial. Dnipropetrovsk, DUEP Publ., 2010.

Політика курсу

- Дедлайн для виконання завдань для самостійної роботи встановлюється викладачем, але враховується складність та обсяг завдань. Мінімальний час на виконання завдань для самостійної роботи – 1 день.
- У разі порушення дедлайнів максимальна оцінка за виконані завдання 80% (при виконанні протягом відповідного модуля) та 60 % при виконанні завдань по закінченню модуля (окрім балів за модульну контрольну роботу, яка зараховується за фактичними результатами).
- При пропуску занять з поважної причини (лікарняний, студентська мобільність тощо при наявності документа-підтвердження) дедлайн для виконання завдання подовжується на 1-2 тижні після повернення на заняття в залежності від причини відсутності та обсягу завдань.
- Працевлаштування студента вважається поважною причиною пропуску занять лише в разі оформлення індивідуального графіка у студентському деканаті та інформування викладача на початку семестру, а також виконання усіх завдань у встановлені строки відповідно до графіка.
- Результати письмових робіт (есе, лист, звіт тощо) та/ або індивідуальних завдань після їх перевірки, як правило, оголошуються викладачем на наступному занятті або протягом тижня, але в залежності від обсягу та складності завдання цей термін може бути подовженим до 10 робочих днів.
- У разі порушення академічної доброчесності або випадках плагіату, виконане завдання не зараховується, студент має повторно виконати завдання та отримати максимально 60% за виконане завдання, проте у разі повторного порушення він/вона втрачає можливість повторного виконання завдання та втрачає бали за нього.
- Для комунікації зі студентами основним засобом зв’язку з викладачем є консультація (оффлайн або онлайн), а також електронна пошта та Google Classroom. Інші форми комунікації (вайбер, соціальні мережі тощо) є факультативними, за згодою викладача та студентів. Відповідь на електронного листа студент(ка) отримує протягом 1-5 робочих днів у залежності від типу запиту.

Назва дисципліни: Інформаційні та комунікаційні технології				
Анотація: ***Метою*** вивчення навчальної дисципліни "Інформаційні системи та технології" є формування у здобувачів сучасного рівня інформаційної та комп'ютерної культури, набуття практичних навичок роботи на сучасній комп'ютерній техніці, використання новітніх інформаційних технологій для вирішення різноманітних завдань у практичній діяльності за фахом. ***Завдання дисципліни***: допомогти зрозуміти основні закономірності та тенденції розвитку інформаційних систем та технологій в контексті інтернаціоналізації та глобалізації світової економіки. Ознайомлення із загальними методами формування та забезпечення інформаційних процесів. Розвинення вмінь і навичок застосування прикладних комп'ютерних систем підготовки, пошуку, обробки й подання різних типів інформації. Визначення критеріїв вибору та застосування інформаційно-комунікаційних мереж і їх складових у забезпеченні комунікаційних зв'язків. Формування системного підходу до автоматизованого розв'язання задач інформаційного супроводу фахової діяльності. У ході вивчення дисципліни формуються як ***загальні компетентності*** (здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність вчитися і бути сучасно навченим; здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність працювати у команді; навички міжособистісної комунікації; цінування та повага різноманітності та мультикультурності), так і ***спеціальні*** (систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи інноваційні підходи та сучасні технології, програмне забезпечення з метою розв'язання практичних завдань за фахом. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері міжнародних відносин. Обґрунтовувати вибір і застосовувати інформаційно-аналітичний інструментарій, економіко-статистичні методи обчислення, складні техніки аналізу та методи моніторингу кон'юнктури світових ринків, ілюструвати і презентувати результати оцінювання, підсумовувати та розробляти рекомендації, заходи з адаптації до змін міжнародного середовища).				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	I	6 / обов'язкова	Чумак Т.В., старший викладач	180 год. (14 год. лекцій, 42 год. лабораторних робіт, 124 год. самостійної роботи)
Результати навчання **Здобувач після завершення вивчення дисципліни "Інформаційні**		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**

системи та технології":		
1) Здатен застосовуватия на практиці знання про організацію й застосування сучасних інформаційних технологій при вирішенні завдань у практичній діяльності за фахом.	Самостійна робота Самостійна робота	Доповідь за темами, що опановані самостійно. Комп'ютерне тестування.
2) Може вільно користуватися основними інструментами Windows.	Лекція, практичні заняття	Доповідь за темами, що опановані самостійно. Комп'ютерне тестування.
3) Знає базові принципи та засоби роботи з програмними продуктами Microsoft Office для реалізації прикладних завдань.	Лекція, практичні заняття	Усні відповіді на запитання. Пояснення методики виконання завдань лабораторних робот. Звіти з виконання лабораторних робот. Комп'ютерне тестування.
4) Уміє створювати, форматувати та друкувати документи у середовищі текстового редактора Microsoft Word.	Лекція, практичні заняття, лабораторні роботи	Усні відповіді на запитання. Пояснення методики виконання завдань лабораторних робот. Звіти з виконання лабораторних робот. Комп'ютерне тестування.
5) Уміє формувати електронні таблиці у середовищі Microsoft Excel. Рробити необхідні розрахунки, та будувати діаграми.	Лекція, практичні заняття, лабораторні роботи	Усні відповіді на запитання.
6) Уміє проектувати багатотабличні бази даних Microsoft Access та керувати ними.	Лекція, практичні заняття, лабораторні роботи	

7) Знає як автоматизувати роботу у Microsoft Office шляхом використання Visual Basic for Application;	Самостійна робота	Пояснення методики виконання завдань лабораторних робот. Звіти з виконання лабораторних робот. Комп'ютерне тестування.
8) Знає базові методики захисту інформації, та основні компоненти Інтернету, особливості апаратного та програмного забезпечення для підключення до Інтернету, критерії оцінки провайдера.	Самостійна робота	Усні відповіді на запитання. Пояснення методики виконання завдань лабораторних робот. Звіти з виконання лабораторних робот. Комп'ютерне тестування.
9) Створює презентації засобами програми MS PowerPoint.	Самостійна робота	Пояснення методики виконання завдань лабораторних робот. Звіти з виконання лабораторних робот.
10) Вільно листується за допомогою електронної пошти, та виконує настройку програм для роботи у глобальній міжнародній мережі.		Доповідь за темами, що опановані самостійно. Комп'ютерне тестування. Доповідь за темами, що опановані самостійно. Пояснення

		методики виконання завдань лабораторних робот. Доповідь за темами, що опановані самостійно.

Оцінка

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, підсумковий семестровий контроль здійснюється як сумарне оцінювання за результатами всіх ПМК, проведених протягом симестру.

Змістовий модуль 1	**35**
Контрольна робота № 1	20
Контрольна робота № 2	15
Змістовий модуль 2	**65**
Контрольна робота № 3	30
Контрольна робота № 4	35

Зміст

МОДУЛЬ 1.
Тема 1. Предмет, методи та завдання дисципліни. Інформаційні системи (ІС) та їх роль в управлінні народним господарством
Тема 2. Системи обробки текстової інформації. Текстовий редактор MS Word. Редагування та форматування тексту
Тема 3. Створення таблиць у текстовому редакторі MS Word. Автоматизація створення документів.
Тема 4. Технологія створення презентацій засобами програми MS PowerPoint
Тема 5. Локальні обчислювальні мережі. Застосування Internet-технологій
Тема 6. Системи табличної обробки даних. Табличний процесор MS Excel. Основи роботи в середовищі табличного процесора MS Excel
Тема 7. Робота з функціями та формулами в табличному процесорі MS Excel
Тема 8. Створення, редагування та форматування діаграм у середовищі MS Excel

МОДУЛЬ 2.
Тема 9. Робота з базами даних у середовищі MS Excel
Тема 10. Основи побудови баз даних
Тема 11. Створення, редагування та керування базою даних за допомогою СУБД
Тема 12. Створення, редагування та використання запитів на прикладі СУБД MS Access
Тема 13. Розробка та використання форм на прикладі СУБД MS Access
Тема 14. Генерування звітів на прикладі СУБД MS Access
Тема 15. Використання генератора макрокоманд

Література

Обов'язкова

1. Клименко О.Ф. Інформатика: Підручник / О.Ф. Клименко, Н.Р. Головко. – К.: КНЕУ, 2011. – 579 с. (базовий підручник).
2. Рогоза М.Є. Основи інформатики та технологій програмування: Навч. посібник / М.Є. Рогоза, С.К. Рамазанова, А.В. Велігура, С.М. Ткаченко. _ Полтава: ПУЕТ, 2012. – Ч. 1. □ 294 с.
3. Рогоза М.Є. Основи інформатики та технологій програмування: Навч. посібник / М.Є. Рогоза, С.К. Рамазанова, А.В. Велігура, С.М. Ткаченко. _ Полтава: ПУЕТ, 2012. – Ч. 2. □ 322 с.
4. Сільченко М.В. Економічна інформатика: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / М.В. Сільченко, Ю.М. Красюк. – К.: КНЕУ, 2010. – 601 с.
5. Кучерява Т.О. Інформатика та комп'ютерна техніка: активізація навчання: Підручник / Т.О. Кучерява, М.В. Сільченко, І.В. Шабаліна. – К.: КНЕУ, 2008. – 448 с.
6. Поляков, В. П. Информатика для экономистов : учебник для бакалавриата и специалитета / В. П. Поляков, В. П. Косарев. – М. : Юрайт, 2019. - 524 с.
7. Царев Р.Ю. Теоретические основы информатики: Учебник / Царев Р.Ю., Пупков А.Н., Самарин В.В и др. - Краснояр.: СФУ, 2015. - 176 с.
8. Леонтьев В.П. "Office 2016. Новейший самоучитель"/ В.П. Леонтьев. М.: Эксмо, 2015. - 368 с.
9. Леонтьев В.П. Microsoft Word 2016. Новейший самоучитель/ В.П. Леонтьев. М.: Эксмо, 2016. - 128 с.
10. Рудикова Л. В. Microsoft Office Excel 2016 / Л.В. Рудикова. – СПб.: БХВ-Петербург, 2017. – 640 с.
11. Бекаревич Ю.Б. Самоучитель Microsoft Access 2016 / Ю.Б. Бекаревич, Н.В. Пушкина. - СПб.: БХВ-Петербург, 2017. - 480 с.
12. Гузенко Е.Н. "Работа в сети Интернет" / Е. Н. Гузенко, А.С. Сурядный. М.: АСТ, 2011. - 432 с.

Додаткова

1. Советов Б.Я. Информационные технологии / Б.Я. Советов. М.: Юрайт, 2016. – 327 с.
2. Матюшок В. М. Информатика для экономистов: Учебник / В.М. Матюшок. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 460 с.
3. Чумак Т.В. Информатика: Лабораторный практикум (разделы: "Операционная система WINDOWS", "Системы обработки текста Текстовый процессор MS WORD") / Т.В. Чумак, Л.И. Ярмоленко, А.И. Пасько. – Д.: Днепропетровский университет им. Альфреда Нобеля, 2011. – 50 с.
4. Информатика: Лабораторный практикум (раздел "Системы табличной обработки данных") / Н.О. Ризун, Л.И. Ярмоленко, Т.В. Чумак и др. – Д.: Днепропетровский университет им. Альфреда Нобеля, 2013. – 104 с.
5. Информатика: Лабораторный практикум (раздел "Системы управления базами данных") / Н.О. Ризун, Л.И. Ярмоленко, Т.В. Чумак и др. – Д.: Днепропетровский университет им. Альфреда Нобеля, 2014. – 92 с.

Політика курсу

Політика щодо відвідування студентів: Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку надзвичайних ситуацій, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції (у одногрупника). Принаймні частина матеріалу, яка виноситься на екзамен, базується на лекціях. Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Студенти з обмеженими можливостями: Якщо студент має інвалідність, він повинен обов'язково повідомити про це викладача і домовитись про відповідні заходи.

Академічна доброчесність: Студент має усвідомити, що академічна недоброчесність є неприпустимою. Обман під час виконання будь-якого завдання призведе до нульової оцінки цього завдання. Під час модульних контрольних студентам забороняється користуватися жодним електронним пристроєм, навчальними й додатковими матеріалами.

Політика щодо використання телефонів та інших електронних пристроїв: Під час проведення навчальних занять електронні пристрої та телефони мають перебувати в безшумному режимі роботи. У разі невиконання даної вимоги, викладач може запропонувати студенти покинути аудиторію.

Політика щодо скарг студентів: Студент може обговорити скаргу з викладачем після заняття. Якщо питання залишається невирішеним, студент має звернутися до завідувача кафедри глобальної економіки.

Політика щодо переоцінки: Усі запити на переоцінку мають бути зроблені в письмовій формі.

Пропозиції від здобувачів вищої освіти: Протягом вивчення курсу студенти можуть звернутися до викладача з пропозиціями щодо вдосконалення (доповнення, зміни та ін.). Дані пропозиції можуть бути висловлені усно або письмово (електронною поштою). Для вирішення будь-якого питання, яке пов'язане із вивченням даної дисципліни, студент може усно звернутися до викладача (ауд. 2301) або надіслати повідомлення на адресу: chumak.t@duan.edu.ua, nsec.ep@duan.edu.ua.

Назва дисципліни: Вища математика (Вища та прикладна математика)

Анотація:

Метою вивчення навчальної дисципліни «Вища математика (Вища та прикладна математика)» є формування у здобувачів базових математичних знань для розв'язування задач у професійній діяльності, вмінь логічного мислення та математичного аналізу економічних задач.

Завдання дисципліни: виробити навички математичного дослідження прикладних задач, наприклад, побудови економіко-математичних моделей; дати необхідну математичну підготовку та знання для вивчення інших дисциплін за фахом; навчити застосовувати відповідний математичний апарат для опису зв'язків між економічними показниками; аналізувати та розв'язувати рівняння, якими моделюються економічні процеси; застосовувати математичний апарат для прогнозування економічних явищ.

У ході вивчення дисципліни формуються як *загальні компетентності* (навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань); знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності), так і *спеціальні* (здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку; здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності; здатність аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин)

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	I	6 / обов’язкова	Козирєва І.М. старший викладач	180 годин (28 год. лекції, 28 год. практичні заняття, 124 год. самостійна робота)

Результати навчання **Здобувач після завершення вивчення дисципліни «Вища математика (Вища та прикладна математика)»:**	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**
1) Знає апарат математичного моделювання як основний метод дослідження, кількісного аналізу та прогнозування економічних явищ;	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Розв’язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)

2) Застосовує відповідний математичний апарат для опису зв'язків між економічними показниками;	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Розв'язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
3) Може аналізувати та розв'язувати рівняння, якими моделюються економічні процеси;	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Розв'язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
4) Здатний застосовувати математичний апарат для прогнозування економічних явищ;	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Розв'язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
5) Уміє використовувати методи знаходження невизначених інтегралів, методи обчислення визначених інтегралів та засоби дослідження на збіжність невласних інтегралів в економічних задачах;	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Розв'язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
6) Здатний володіти прийомами використання лінійної алгебри при аналізі економічних задач.	Лекція, практичні заняття, самостійна робота	Розв'язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
Оцінка		
Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль. 60 балів поточного контролю складаються з:		

30 балів – модульна контрольна робота №1;
10 балів – тестування, контрольна робота №2;
20 балів – модульна контрольна робота №3.
40 балів підсумкового контролю складаються з:
20 балів – тестове завдання;
20 балів – практичне завдання.

Зміст

МОДУЛЬ 1
Тема 1. Лінійна алгебра
Тема 2. Векторна алгебра
Тема 3. Пряма на площині
МОДУЛЬ 2
Тема 4. Вступ до математичного аналізу
Тема 5. Похідна функції та її застосування
Тема 6. Функції багатьох незалежних змінних
МОДУЛЬ 3
Тема 7. Невизначений інтеграл
Тема 8. Визначений інтеграл та його додатки

Література

Основна

1. Валєєв К.Г. Вища математика для економістів / К.Г. Валєєв, І.А. Джалладова, С.В. Дегтяр. – К.: Знання, 2011. – 287 с. (базовий підручник).
2. Барковський В.В. Вища математика для економістів. Навчальний посібник / В.В. Барковський, Н.В. Барковська. – К.: ЦУЛ, 2011. – 448 с.
3. Вища математика із використанням інформаційних технологій. Підручник / В.П. Іващенко, Г.Г. Швачич, В.С. Коноваленков та ін. – Запоріжжя: Дике Поле, 2013. – 426 с.
4. Зайцев Є.П. Вища математика: Навчальній посібник / Є.П. Зайцев.– Кременчук: Вид-во “Кременчук”, 2011. – 170 с.
5. Вища та прикладна математика: Збірник завдань для самостійної роботи / О.Г. Холод, Г.Г. Швачич, Г.Я. Глуха та ін. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 90 с.
6. Высшая математика для экономистов / Под ред. Н.Ш. Кремера. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 479 с.
7. Практикум з навчальної дисципліни “Вища математика для економістів” на основі MatLab / С.М. Чистов, А.Є. Никифоров, Т.Ф. Куценко та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 190 с.
8. Radulesku T.-L.T., Radulesku V.D., Andreescu T. Problems in real analysis: advanced calculus on the real axias, Springer, 2009.
9. Trench W.F. Inrtroduction to real analysis, Pearson Education, 2010.
10. Matthews K.R. Elementary linear algebra, University of Queensland, 1991.
11. Siceloff L.P., Wentworth G., Smith D.E. Analytic geometry, Ginn and Company, Boston-New York, 1970.

Додаткова

1. Ланцова О.Ю. Высшая математика для экономистов / О.Ю. Ланцова, Е.Н. Сахарова, В.И. Малахин. – М.: Экономика, 2010. – 351 с.
2. Сборник задач по высшей математике для экономистов / Под ред. В.И. Ермакова. – М.:

ИНФРА-М, 2008. – 575 с.
3. Carl P. Simon and Lowrence Blume. Mathematics for Economists, W.W. Norton & Compony, 1994.
4. Smirnov V.I. A course of higher mathematic. Vol. 1, 2. Pergamon Press, Oxford – London – Edinburgh – New York – Paris – Frankfurt, 1964.
5. Problems in Mathematical Analysis. Under the editorship of B.Demidovich. Mir Publishers: Moscow, 1972.

Політика курсу

Політика щодо відвідування студентів: Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку надзвичайних ситуацій, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції (у одногрупника). Принаймні частина матеріалу, яка виноситься на екзамен, базується на лекціях. Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Студенти з обмеженими можливостями: Якщо студент має інвалідність, він повинен обов'язково повідомити про це викладача і домовитись про відповідні заходи.

Академічна доброчесність: Студент має усвідомити, що академічна недоброчесність є неприпустимою. Обман під час виконання будь-якого завдання призведе до нульової оцінки цього завдання. Обман на екзамені призведе до негайної негативної оцінки за весь курс та можливого виключення з програми. Під час екзамену, модульних контрольних студентам забороняється користуватися жодним електронним пристроєм, навчальними й додатковими матеріалами.

Політика щодо використання телефонів та інших електронних пристроїв: Під час проведення навчальних занять електронні пристрої та телефони мають перебувати в безшумному режимі роботи. У разі невиконання даної вимоги, викладач може запропонувати студенти покинути аудиторію.

Політика щодо оцінювання знань: Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою згідно «Положення про організацію освітнього процесу».

Результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти входять як складові елементи до загальної (остаточної) оцінки знань здобувачів з певної дисципліни. Оцінка рівня роботи здобувача на практичних заняттях здійснюється в межах 60 балів.

Здобувач допускається до іспиту, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів за умови виконання позитивно оцінених модульних контрольних робіт;

Якщо за результатами оцінювання поточної роботи здобувач отримав менше 36 балів, він не допускається до іспиту. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до іспиту з оцінкою 36 балів.

Результати іспиту оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Іспит проводиться у письмовій формі. Завдання містить 10 тестів, 1 бал за кожну правильну відповідь і практичних задач, які потребують проведення певних розрахунків (максимум 5 балів за виконання кожного завдання). Екзамен проводиться без використання комп'ютерів, смартфонів, книг та інших джерел інформації. Під час екзамену допускається використання лише простого калькулятора.

Якщо здобувач за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він

отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.

Політика щодо скарг студентів: Студент може обговорити скаргу з викладачем після заняття. Якщо питання залишається невирішеним, студент має звернутися до завідувача кафедри глобальної економіки.

Політика щодо переоцінки: Усі запити на переоцінку мають бути зроблені в письмовій формі.

Пропозиції від здобувачів вищої освіти: Протягом вивчення курсу студенти можуть звернутися до викладача з пропозиціями щодо вдосконалення (доповнення, зміни та ін.). Дані пропозиції можуть бути висловлені усно або письмово (електронною поштою). Для вирішення будь-якого питання, яке пов'язане із вивченням даної дисципліни, студент може усно звернутися до викладача (ауд. 2301) або надіслати повідомлення на адресу: kozyreva.i@duan.edu.ua

Назва дисципліни: Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)				
Анотація: *Метою* вивчення навчальної дисципліни «Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)» є ознайомлення студентів з основами математичного апарату, необхідного для розв'язування теоретичних і практичних задач економіки, оволодіння навичками математичного дослідження прикладних задач, методів отримання, групування та обробки експериментальних даних. ***Завдання дисципліни:*** виробити навички математичного дослідження прикладних задач, наприклад, побудови економіко-математичних моделей; дати необхідну математичну підготовку та знання для вивчення інших дисциплін за фахом; навчити застосовувати відповідний математичний апарат для опису зв'язків між економічними показниками; аналізувати та розв'язувати рівняння, якими моделюються економічні процеси; застосовувати математичний апарат для прогнозування економічних явищ, використовувати новітні комп'ютерні технології та пакети прикладних програм у прикладних дослідженнях для подання, систематизації та аналізу інформації У ході вивчення дисципліни формуються як *загальні компетентності* (навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань); знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності), так і *спеціальні* (здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку; здатність постійно підвищувати теоретичний рівень знань, генерувати й ефективно використовувати їх в практичній діяльності; здатність аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин)				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	II	5 / обов'язкова	Козирєва І.М. старший викладач	150 годин (28 год. лекції, 14 год. практичні заняття, 14 год. лабораторні заняття, 124 год. самостійна робота)
Результати навчання **Здобувач після завершення вивчення дисципліни «Вища математика (Теорія ймовірностей і математична статистика)»:**		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**
1) Застосовує математичні засоби для прогнозування економічних явищ; володіє базовими поняттями та теоремами теорії випадкових подій; розраховує ймовірність випадкових подій.		Лекція, навчальні посібники, дискусія, практичні заняття, самостійна робота		Участь в дискусії, розв'язання задач, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)

2) Знає типи випадкових величин, способи їх завдання, методи побудови законів розподілу за експериментальними даними, виконує усі необхідні обчислення, пов'язані із випадковими величинами.	Лекції, навчальні посібники, практичні заняття, самостійна робота	Розв’язування задач, пояснення зв’язків, залежностей, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
3) Вміє встановлювати вигляд закону розподілу у простіших задачах та прогнозує на цій основі ймовірності економічних показників у майбутньому.	Лекції, практичні заняття, лабораторні роботи, аналіз статистичних даних, розв’язання завдань за допомогою відповідного програмного забезпечення, самостійна робота	Розв’язання завдань за допомогою відповідного програмного забезпечення, аналіз звіту статистичних даних, модульна лабораторна робота (ПтК), модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
4) Виконує статистичну оцінку параметрів розподілу; використовує статистичні методи для обробки експериментальних даних та робить статистичні висновки.	Лекції, практичні заняття, лабораторні роботи, аналіз статистики, розв’язання задач за допомогою відповідного програмного забезпечення; самостійна робота	Розв’язання завдань за допомогою відповідного програмного забезпечення, аналіз звіту статистичних даних, модульна лабораторна робота (ПтК), модульні контрольні роботи (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
5) Використовує статистичні методи для обробки експериментальних даних та робить статистичні висновки; використовує в статистичних дослідженнях сучасні інформаційні технології та пакети прикладних програм	Лекції, навчальні посібники, лабораторні роботи, аналіз статистичних даних, вирішення проблем за допомогою відповідного програмного забезпечення, самостійна робота	Пояснення вирішення проблем, вирішення проблем за допомогою відповідного програмного забезпечення,

		аналіз звіту статистики, модульна лабораторна робота (ПтК)

Оцінка

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль.

60 балів поточного контролю складаються з:
20 балів – модульна контрольна робота №1;
20 балів – модульна контрольна робота №2;
10 балів – лабораторна робота № 1;
10 балів – лабораторна робота № 2.

40 балів підсумкового контролю складаються з:
20 балів – тестове завдання;
20 балів – практичне завдання.

Зміст

МОДУЛЬ 1
Тема 1. Основні поняття та теореми теорії ймовірностей
Тема 2. Послідовність випробувань
Тема 3. Випадкові величини
Тема 4. Граничні теореми
МОДУЛЬ 2
Тема 5. Основні поняття математичної статистики
Тема 6. Статистичні оцінки
Тема 7. Довірчі інтервали
Тема 8. Перевірка статистичних гіпотез

Література

Основна

1. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика / В.Е. Гмурман – М.: Высшая школа, 2009. – 479 с. (базовий підручник).
2. Гмурман В.Е. Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике / В.Е. Гмурман – М.: Высшая школа, 2009. – 404 с.
3. Вакарчук С.Б. Теорія ймовірностей і математична статистика. Збірник завдань для самостійної роботи / С.Б. Вакарчук, О.Г. Холод, І.М. Козирєва. – Д.: Університет ім. Альфреда Нобеля, 2019 (ел.версія).
4. Барковський В.В. Теорія ймовірностей та математична статистика / В.В. Барковський, Н.В. Барковська, О.К. Лопатін. – К.: ЦУЛ, 2010. – 424 с.
5. Вища математика із використанням інформаційних технологій. Підручник / В.П. Іващенко, Г.Г. Швачич, В.С. Коноваленков та ін. – Запоріжжя: Дике Поле, 2013. – 426 с.
6. Федоров М.В. Теорія ймовірностей і математична статистика: конспект лекцій / М.В. Федоров, О.М. Хренов. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 168 с.
7. Валєєв К.Г. Збірник задач з теорії ймовірностей та математичної статистики / К.Г. Валєєв, І.А. Джалладова. – К.: КНЕУ, 2008. – 352 с.

Додаткова

1. Математическая статистика: лабораторный практикум / Ю.Е. Чернявский, С.А. Чернецкий, А.Я. Глухая и др. - Д.: Днепропетровский университет им. Альфреда Нобеля, 2019 (эл. версия).
2. Теория вероятностей и статистика / Ю.Н. Тюрин, А.А. Макаров, И.Р. Высоцкий, И.В. Ященко. – М.: МЦНМО, 2008. – 256 с.
3. Зайцев Е.П. Теория вероятностей и математическая статистика. Базовый курс с индивидуальными заданиями и решениями типовых вариантов. Учебно-методическое пособие / Е.П. Зайцев – Кременчуг: Изд-во "Кременчуг", 2008. – 484 с.

Політика курсу

Політика щодо оцінювання знань здобувачів. Підсумкова оцінка з дисципліни виставляється за 100-бальною шкалою згідно "Положення про організацію освітнього процесу".

Форма підсумкового контролю – екзамен.

Оцінка знань здійснюється на основі результатів поточного контролю (ПМК) – *60 балів (максимум)* та підсумкового контролю знань (екзамену) – *40 балів (максимум).*

Завданнями поточного модульного контролю знань є перевірка та оцінка:

а) систематичності та активності роботи здобувача на аудиторних заняттях;

б) виконання завдань, виданих для самостійного опрацювання;

в) виконання модульних контрольних та лабораторних робот;

г) розуміння та засвоєння матеріалу, набутих навичок та вмінь самостійно опрацьовувати матеріал, самостійно працювати з літературою та іншими джерелами, осмислювати та узагальнювати зміст тем, а також навичок роботи з пакетами прикладних програм.

Здобувач допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів. Якщо здобувач отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде практичні та лабораторні заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані здобувачем для допуску до екзамену. У разі їх виконання здобувач допускається до екзамену з оцінкою роботи протягом семестру – 36 балів.

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Екзамен проводиться у вигляді письмової роботи, яка передбачає тестування (8 тестів) і розв'язування чотирьох практичних задач

Якщо здобувач за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів – якщо не складено.

Критерії оцінювання:

<u>І. Оцінювання складових поточного контролю</u>

<u>1. Модульна контрольна робота</u> (МКР №1 – «Теорія випадкових подій», МКР №2 – «Теорія випадкових величин») складається з тестування (вісім тестів) та розв'язування трьох практичних задач.

а) Критерії оцінювання правильності відповідей на тести

1 бал – за кожну правильну відповідь.

б) Критерії оцінювання розв'язання задачі:

4 бали

Здобувач демонструє глибоке розуміння матеріалу. Обрано правильний алгоритм розв'язання

задачі. У логічних міркуваннях, у виборі формул немає помилок. Зроблено обґрунтовані висновки. Отримано правильну відповідь.

3 бали

Здобувач демонструє добре розуміння матеріалу. Обрано правильний алгоритм розв'язання задачі. Надано необхідні посилання на відповідні теореми і твердження. Розв'язок містить не більше двох неточностей (описок), які не є наслідком незнання або нерозуміння навчального матеріалу і істотно не впливають на результат. Отримано правильну відповідь.

2 бали

Здобувач демонструє достатнє розуміння матеріалу. Але обраний алгоритм розв'язання не є раціональним, допущено істотних помилок у виборі формул або в математичних розрахунках. Відсутні пояснення і висновки. Задачу вирішено не повністю або в загальному вигляді.

1 бал

Здобувач демонструє погане розуміння матеріалу, Обрано нераціональний метод розв'язання. Розв'язання містить суттєві математичні помилки. Відповідь неправильна.

0 балів

Здобувач взагалі не приступав до розв'язання задачі.

2. Лабораторна робота (ЛР №1 – «Статистична обробка вибіркових даних для дискретної випадкової величини», ЛР №2 – «Статистична обробка вибіркових даних для неперервної випадкової величини»).

Лабораторна робота виконується з використанням сучасних інформаційних пакетів. Зокрема, здобувач може виконувати обчислення за допомогою табличного процесора Microsoft Excel, в середовищі ППП MathCad, або обрати будь-який інший статистичний пакет. Для захисту лабораторної роботи необхідно надати відповідний файл.

Критерії оцінювання виконання та захисту лабораторної роботи:

10 балів

Здобувач демонструє глибоке розуміння матеріалу, володіння змістом. Правильно обрано інформаційне середовище для виконання роботи. В алгоритмі, використанні математичних функцій немає помилок. При захисті роботи здобувач робить правильні висновки, впевнено відповідає на теоретичні питання. Роботу оформлено у відповідності до вимог.

8 балів

Здобувач добре розуміється на матеріалі, демонструє гарне володіння змістом. Для виконання роботи використані сучасні інформаційні джерела. Здобувач правильно обирає математичні функції для обробки статистичного матеріалу. Є несуттєві помилки в висновках, незначні порушення вимог до оформлення роботи.

6 балів

Здобувач у цілому правильно проводить дослідження поставленої задачі, але не дає необхідних коментарів до алгоритму. Відсутні висновки, є незначні порушення вимог до оформлення. Окремі відповіді на запитання при захисті лабораторної роботи є помилковими.

4 бали

Здобувач проявляє достатнє розуміння теоретичного матеріалу з основ математичної статистики, але в алгоритмі дослідження є недоліки, математичні помилки. Роботу не оформлено належним чином. Значна частина відповідей на запитання при захисті помилкова. Лабораторна робота повертається на доопрацювання.

2 бали

Здобувач демонструє слабке розуміння теоретичного матеріалу. Послідовність етапів виконання лабораторної роботи порушена, є суттєві помилки у виборі формул для обчислень. Значна частина висновків помилкова. Лабораторна робота потребує доопрацювання.

0 балів

Здобувач взагалі не подав до захисту лабораторну роботу.

<u>II. Оцінювання екзаменаційної роботи</u>

Екзаменаційна робота складається з тестування (всім тестів) та розв'язування чотирьох практичних задач.

а) Критерії оцінювання правильності відповідей на тести

2 бали – за кожну правильну відповідь.

б) Критерії оцінювання розв'язання задачі

6 балів

Здобувач демонструє глибокі знання матеріалу. Правильно розуміє суть поставленого завдання. Аргументує вибір методу розв'язування, робить необхідні посилання на теореми і визначення. Математичні розрахунки проведені без помилок. Отримано правильну відповідь.

4 бали

Здобувач демонструє добре розуміння матеріалу. Обрано правильний алгоритм розв'язання задачі. Надано необхідні посилання на відповідні теореми і твердження. Розв'язок містить не більше двох неточностей (описок), які не є наслідком незнання або нерозуміння навчального матеріалу і істотно не впливають на результат. Отримано правильну відповідь.

2 бали

Здобувач демонструє достатнє розуміння матеріалу. Але обраний алгоритм розв'язання не є раціональним, допущено істотних помилок у виборі формул або в математичних розрахунках. Відсутні пояснення і висновки. Задачу вирішено не повністю або в загальному вигляді.

0 балів

Здобувач взагалі не приступав до розв'язання задачі.

Політика щодо відвідування занять. Здобувачі мають відвідувати заняття регулярно. У випадку надзвичайних ситуацій, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції (у одногрупника). Принаймні частина матеріалу, яка виноситься на контроль, базується на лекціях. Пропущені заняття здобувач має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Здобувачі з обмеженими можливостями. Якщо здобувач має інвалідність, він повинен обов'язково повідомити про це викладача і домовитись про відповідні заходи.

Академічна доброчесність. Здобувач має усвідомити, що академічна недоброчесність є неприпустимою. Обман під час виконання будь-якого завдання призведе до нульової оцінки цього завдання. Обман при виконанні модульних контрольних робіт призведе до негайної негативної оцінки. Під час виконання модульних контрольних студентам забороняється користуватися смартфонами, навчальними й додатковими матеріалами.

Політика щодо скарг здобувачів. Здобувач може обговорити скаргу з викладачем після заняття. Якщо питання залишається невирішеним, здобувач має звернутися до завідувача кафедри глобальної економіки.

Політика щодо переоцінки. Запити на переоцінку мають бути зроблені в письмовій формі.

Пропозиції від здобувачів вищої освіти. Протягом вивчення курсу здобувачі можуть звернутися до викладача з пропозиціями. Дані пропозиції можуть бути висловлені усно або письмово (електронною поштою). Для вирішення будь-якого питання, яке пов'язане із вивченням даної дисципліни, здобувач може усно звернутися до викладача (ауд. 2301) або надіслати повідомлення на електронні адреси: mediana@duan.edu.ua (Холод Олена Григорівна), kozyreva.i@duan.edu.ua (Козирєва Ірина Миколаївна).

Назва дисципліни: Економіко-математичні методи та моделі (Економетрика)				
Анотація: ***Метою*** вивчення навчальної дисципліни ЕММ «Економетрика» є побудова економетричних моделей, що кількісно описують взаємозв'язки між економічними змінними, оволодіння сукупністю математичних методів, що використовуються для кількісної оцінки економічних явищ і процесів; вивчення економетричного моделювання, тобто побудови економіко-математичних моделей, параметри яких оцінюються засобами математичної статистики; навчання емпіричного виводу законів; підготовка до прикладних досліджень в області економіки; оволодіння математичним апаратом, що допомагає аналізувати, моделювати і розв'язувати прикладні економічні задачі; розвиток в студентів логічного і алгоритмічного мислення; навчання їх методів розв'язування математично формалізованих задач; прищеплення їм навиків самостійного вивчення наукової і довідкової літератури. *Об'єктом* вивчення дисципліни є сукупність соціально-економічних процесів, що протікають в економічній системі. *Предметом* дисципліни є економетричні методи та моделі, які дозволяють визначати і вивчати кількісні взаємозв'язки між соціально-економічними явищами. ***Завдання дисципліни:*** показати студентам як здійснювати аналіз економічних об'єктів та процесів; як здійснювати побудову та аналіз економетричних моделей, робити обґрунтовані економічні висновки та розрахунки прогнозних показників; як використовувати прогресивні інформаційні технології та програмні системи для моделювання економічних явищ та процесів. Завдання проведення лекцій полягає у викладенні студентам у відповідності з програмою та робочим планом основних методів та алгоритмів побудови економетричних моделей, критеріїв оцінювання структури та параметрів моделі, звертаючи головну увагу на економічну інтерпретацію кількісних параметрів та необхідність і можливість їх використання в практичній фаховій діяльності; а також сформувати у студентів цілісну систему теоретичних знань з курсу. Завдання проведення лабораторних занять - засвоїти методику та техніку розрахунків економічних показників, умови використання окремих економетричних методів для всебічного аналізу соціально-економічних процесів, навчитися використовувати результати економетричного дослідження в практичній управлінській діяльності, глибше засвоїти та закріпити теоретичні знання, одержані на лекціях. У ході вивчення дисципліни формуються як *загальні компетентності* (здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, здатність вчитися та бути готовим до засвоєння та застосування набутих знань, здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, здатність до креативного та критичного мислення, здатність виявляти закономірності функціонування сучасної економіки на мікро- та макрорівні, здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, робити узагальнення стосовно оцінки прояву окремих явищ, які властиві сучасним процесам в економіці., здатність на основі опису економічних та соціальних процесів і явищ будувати теоретичні та прикладні моделі, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати, здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач, так і *спеціальні* (здатність застосовувати комп'ютерні технології обробки даних для вирішення економічних завдань, здійснення аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів, здатність прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально-економічні процеси, здатність використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування економічних рішень, здатність використовувати математичний інструментарій для дослідження економічних процесів, розв'язання прикладних економічних та оптимізаційних задач).				
Мова	**Семестр**	**Кредити ECTS /**	**Викладач**	**Навчальне**

викладання		Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)		навантаження
Укр.	5	4/ обов’язкова	Ярмоленко Л.І., ст. викл.	120 год. (14 год. лекцій, 14 год. лабораторних занять, 92 год. самостійної роботи)

Результати навчання Здобувач після завершення вивчення дисципліни «Економетрика»:	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)
1) Вміння аналізувати економічні об’єкти та процеси.	Лекція, дискусії, самостійна робота	Участь у дискусії, презентації, підсумковий іспит (ПК)
2) Вміння будувати та аналізувати економетричні моделі.	Лекції, лабораторні заняття, дискусії, самостійна робота	Усні відповіді на запитання. Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт. Комп’ютерне тестування.
3)Володіння основними принципами і методами обробки та прогнозування статистичних даних і вміння їх застосовувати для опису економічних процесів і явищ на основі сучасних інструментальних засобів.	Лекції, лабораторні заняття	Усні відповіді на запитання. Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт. Комп’ютерне тестування.
4) Здатний ініціювати проекти з сценарного прогнозування і планування діяльності організацій, обґрунтування стратегій їх розвитку на підставі використання сучасних методів економетричного моделювання та інформаційних технологій.	Лекції, лабораторні заняття, самостійна робота	Усні відповіді на запитання. Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт.

5) Уміння розрахувати на основі загальнодоступних статистичних даних показники моделі, базові показники системи та дати пояснення їх динаміки.	Лабораторні заняття, самостійна робота	Звіти з виконання лабораторних робіт, підсумковий іспит (ПК)
6) Уміння здійснювати аналіз процесів відтворення за допомогою виробничих функцій.	Лабораторні заняття, самостійна робота	Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт
7) Уміння здійснювати оцінку параметрів економетричної моделі динаміки.	Лекції, лабораторні заняття, самостійна робота	Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт
8) Уміння обґрунтовувати величину лагу, здійснювати дослідження моделей розподіленого лага.	Лабораторні заняття, самостійна робота	Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт
9) Уміння визначати параметри ідентифікованих і сверхідентифікованих систем рівнянь.	Лабораторні заняття, самостійна робота	Пояснення методики виконання завдань лабораторних робіт. Звіти з виконання лабораторних робіт, підсумковий іспит (ПК)
Оцінка		
Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль. 60 балів поточного контролю складаються з: 20 балів – модульна лабораторна робота 1; 10 балів – модульна лабораторна робота 2; 10 балів – захист лабораторної роботи 3, 4; 10 балів – контрольне опитування; 10 балів – комп'ютерне тестування. 40 балів підсумкового контролю складаються з: 30 балів – розв'язання задач; 10 балів – комп'ютерне тестування.		
Зміст		

1. Аналіз і управління ризиком в економіці.
2. Система показників кількісного оцінювання ступеня ризику
3. Теорія погрішностей. Методологія економіко-математичних методів оцінки якості.
4. Принципи побудови економетричних моделей.
5. Парна лінійна регресія.
6. Лінійні моделі множинної регресії.
7. Узагальнені економетричні моделі.
8. Економетричні моделі динаміки.

Література

Основна

1. Наконечний С.І. Економетрія: Підручник / С.І. Наконечний, Т.О. Терещенко, Т.П. Романюк. – К.: КНЕУ, 2009. – 171 с. (базовий підручник).
2. Эконометрика: Лабораторный практикум / Ю.Е. Чернявский, Е.Г. Холод, Г.Г. Швачич, Л.И. Ярмоленко. – Д.: ДУЭП им. Альфреда Нобеля, 2011. – 82 с.
3. Эконометрика: Учебное пособие / Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Проспект, 2011. – 288 с.
4. Замков О.О. Математические методы в экономике / О.О. Замков, А.В. Толстопятенко, Ю.Н. Черемных. – М.: МГУ, 2012. – 384 с.
5. Айвазян С.А. Эконометрика: Учебное пособие / С.А. Айвазян, С.С. Иванова. – М.: Маркет-ДС, 2010. – 104 с.
6. Кремер Н.Ш. Эконометрика: Учебник для студентов ВУЗов / Н.Ш. Кремер, Б.А. Путко. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 328 с.
7. Бородич С.А. Вводный курс эконометрики: Учебное пособие / С.А. Бородич. – Мн.: БГУ, 2010. – 354 с.
8. Бывшев В.А. Эконометрика: Учебное пособие / В.А. Бывшев. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 480 с.
9. Магнус Я.Р. Эконометрика: Начальный курс / Я.Р. Магнус, П.К. Катышев, А.А. Пересецкий. – М.: Дело, 2008. – 400 с.

Додаткова

1. Методы математической статистики в обработке экономической информации / Под ред. Т.Т. Цымбаленко. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 200 с.
2. Доугерти К. Введение в эконометрику: Учебник для экон. спец. вузов / К. Доугерти. – М.: Инфра-М, 2007. – 402 с.

Політика курсу

- Дисципліна «Економетрика» вивчається після вивчення курсу ЕММ «Оптимізаційні методи та моделі»; «Економічна інформатика», «Мікроекономіка».

Політика щодо оцінювання знань здобувачів. Підсумкова оцінка з дисципліни виставляється за 100-бальною шкалою згідно “Положення про організацію освітнього процесу”.

Форма підсумкового контролю – екзамен.

Оцінка знань здійснюється на основі результатів поточного контролю (ПМК) – *60 балів (максимум)* та підсумкового контролю знань (екзамену) – *40 балів (максимум).*

Завданнями поточного модульного контролю знань є перевірка та оцінка:

а) систематичності та активності роботи здобувача на аудиторних заняттях;

б) виконання завдань, виданих для самостійного опрацювання;

в) виконання модульних контрольних робот;

г) розуміння та засвоєння матеріалу, набутих навичок та вмінь самостійно опрацьовувати матеріал, самостійно працювати з літературою та іншими джерелами, осмислювати та

узагальнювати зміст тем, а також навичок роботи з пакетами прикладних програм.

Студент допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів. Якщо студент отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде лабораторні заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до екзамену з оцінкою роботи на лабораторних заняттях 36 балів.

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Екзамен проводиться у вигляді письмової роботи, яка передбачає 20 тестових завдань і розв'язування 5 практичних задач.

Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів – якщо не складено.

Критерії оцінювання:

а) виконання лабораторних робіт:

100%

Здобувач демонструє чудове розуміння матеріалу, володіння змістом теми, глибину пошуку. Економіко – математична модель розроблена в рамках виконання лабораторної роботи, в повній мірі виконує поставлене завдання та не містить помилок. Здобувач може відповісти на будь-які питання за темою лабораторної роботи, які були розглянуті в методичних матеріалах до роботи.

80%

Здобувач добре розуміється на матеріалі, демонструє гарне володіння змістом та глибиною пошуку. Економіко – математична модель розроблена в рамках виконання лабораторної роботи, може містити окремі похибки, проте виконує основне поставлене завдання. Здобувач може відповісти питання за темою лабораторної роботи, які були розглянуті в методичних матеріалах до роботи, але його відповідь може містити окремі неточності.

60%

Здобувач у цілому правильно виконує роботу, однак демонструє поверхневу обробку вмісту, невелику глибину пошуку. Економіко – математична модель розроблена в рамках виконання лабораторної роботи, функціональна, проте містить суттєві похибки. Здобувач може відповісти лише на незначну частину питань за темою лабораторної роботи, які були розглянуті в методичних матеріалах до роботи, і його відповідь містить неточності

40%

Здобувач демонструє слабке розуміння матеріалу, поверхневу обробку змісту; невелика глибина пошуку. Економіко – математична модель розроблена в рамках виконання практичної роботи не виконує всі основні задані функції. Здобувач слабко орієнтується в питаннях за темою лабораторної роботи, які були розглянуті в методичних матеріалах до роботи. Практична робота вимагає доопрацювання.

20%

Здобувач проявляє певне розуміння матеріалу. Економіко – математична модель розроблена в рамках виконання практичної роботи не є функціональною. Здобувач дуже слабко орієнтується в питаннях за темою лабораторної роботи, які були розглянуті в методичних матеріалах до роботи. Практична робота вимагає доопрацювання.

0 балів

Здобувач не виявляє жодних знань чи розуміння питань, що стосуються теми лабораторної роботи. Здобувач виявляє фундаментальне нерозуміння теми. Економіко – математична модель відсутня. Потребує виконання нового лабораторної завдання.

б) виконання екзаменаційної робіти:

Завдання екзаменаційної роботи складаються з двох частин:

1. 20 тестових завдань з чотирма варіантами відповідей (охвачують приблизно 40% програмного матеріалу). Виконання тестових завдань розраховано на 20 хвилин.

Оцінюються в 10 балів, по 0,5 бали кожен тест.

2. Практичне завдання (розв'язання 5 задач) потребує виконання на ПК. Охвачує до 60% програмного матеріалу, для виконання відводиться 60 хвилин

Оцінюються в 30 балів, по 6 балів на кожну задачу.

1. Розв'язання задачі:

6 балів

Здобувач демонструє глибоке розуміння матеріалу, наводить повний обґрунтований розв'язок задачі, аналізує причинно-наслідкові зв'язки; вільно володіє науковими термінами. Зроблено обґрунтовані висновки. Отримано правильну відповідь, приведено необхідні пояснення.

5 балів

Здобувач демонструє добре розуміння матеріалу. Обрано правильний алгоритм розв'язання задачі. Розв'язок містить не більше двох неточностей (описок), які не є наслідком незнання або нерозуміння навчального матеріалу і істотно не впливають на результат. Отримано правильну відповідь.

4 балів

Здобувач демонструє достатнє розуміння матеріалу. Але допущені істотні помилки у виборі формул або в математичних розрахунках. Відсутні пояснення і висновки. Задачу вирішено не повністю або в загальному вигляді.

3 бали

Здобувач демонструє недостатнє розуміння матеріалу. Розв'язок містить математичні помилки. Отримано неправильну відповідь.

2 бали

Здобувач не продемонстрував розуміння матеріалу. Обрано неправильний метод розв'язання. Допущено істотних математичних помилок. Отримано неправильну відповідь.

0 балів

Здобувач взагалі не приступав до розв'язання задачі.

Політика щодо відвідування студентів: Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку надзвичайних ситуацій, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції (у одногрупника). Принаймні частина матеріалу, яка виноситься на екзамен, базується на лекціях. Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Студенти з обмеженими можливостями: Якщо студент має інвалідність, він повинен обов'язково повідомити про це викладача і домовитись про відповідні заходи.

Академічна доброчесність: Студент має усвідомити, що академічна не доброчесність є неприпустимою. Обман під час виконання будь-якого завдання призведе до нульової оцінки цього завдання. Під час модульних контрольних студентам забороняється користуватися жодним електронним пристроєм, навчальними й додатковими матеріалами.

Політика щодо використання телефонів та інших електронних пристроїв: Під час проведення навчальних занять електронні пристрої та телефони мають перебувати в

безшумному режимі роботи. У разі невиконання даної вимоги, викладач може запропонувати студенти покинути аудиторію.

Політика щодо скарг студентів: Студент може обговорити скаргу з викладачем після заняття. Якщо питання залишається невирішеним, студент має звернутися до завідувача кафедри глобальної економіки.

Політика щодо переоцінки: Усі запити на переоцінку мають бути зроблені в письмовій формі.

Пропозиції від здобувачів вищої освіти: Протягом вивчення курсу студенти можуть звернутися до викладача з пропозиціями щодо вдосконалення (доповнення, зміни та ін.). Дані пропозиції можуть бути висловлені усно або письмово (електронною поштою). Для вирішення будь-якого питання, яке пов'язане із вивченням даної дисципліни, студент може усно звернутися до викладача (ауд. 2301) або надіслати повідомлення на адресу: Yarmolenko.l@duan.edu.ua.

Назва дисципліни: Основи економічної науки

Анотація:

Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи економічної науки» є формування у здобувачів фундаментальних економічних знань на основі розуміння основних економічних категорій, законів, принципів та механізмів, що дасть можливість розуміти функціонування ринкової економіки і окремих її складових.

Завдання дисципліни: показати місце економічної науки в суспільстві; ознайомити з основними економічними категоріями; обґрунтувати необхідність подолання основного економічного протиріччя між безмежними потребами суспільства та обмеженими ресурсами; висвітлити основні типи економічних систем в залежності від співвідношення ринкового та державного впливу на економічні процеси, економічні функції держави у сучасній економіці та основні інструменти державного регулювання; розкрити економічні закономірності для аналізу проблем пов'язаних з функціонуванням сучасної економічної системи як змішаної.; навчити оцінювати вплив факторів змін у попиті та пропозиції; проаналізувати види та класифікації елементів ринку, взаємодії між суб'єктами на різних рівнях ринку; дослідити причини порушення рівноваги на товарному ринку, ринку праці, прогнозувати тенденції у зміні ціни рівноваги.

У ході вивчення дисципліни формуються як *загальні компетентності* (здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя, здатність навчатися та бути сучасно навченим, здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово, здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність вчитися і бути сучасно навченим; здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність працювати у команді; навички міжособистісної комунікації; цінування та повага різноманітності та мультикультурності), так і *спеціальні* (Здатність виокремлювати характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/дезінтеграційних процесів, у тому числі євроатлантичної інтеграції).

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	I	5 / вибіркова	Лимонова Ельвіна Миколаївна, к.е.н.	150 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 108 год. самостійної роботи)
Результати навчання Здобувач після завершення вивчення дисципліни «Основи економічної науки»:		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**

1) Усвідомлювати необхідність навчання впродовж життя з метою підтримки професійної компетентності на високому рівні.	Лекція, семінари, дискусії, самостійна робота	Участь у дискусії, тестування, (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
2) Обґрунтовувати власну думку щодо конкретних умов реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і мікрорівнях.	Лекції, дискусії, самостійна робота	Тестування, участь у дискусії (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
3) Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.	Семінари, самостійна робота, виконання індивідуального завдання (есе)	Есе, презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
4) Планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу.	Семінари, самостійна робота, виконання індивідуального завдання (есе)	Есе, презентація (ПтК)
5) Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.	Семінари, самостійна робота, виконання індивідуального завдання (есе)	Есе, презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
Оцінка		
Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль. 60 балів поточного контролю складаються з: 15 балів – індивідуальне завдання (есе); 20 балів – комп'ютерне тестування; 15 балів – участь у дискусіях; 10 балів – презентації. 40 балів підсумкового контролю складаються з: 15 балів – аналіз кейсу; 15 балів – розв'язання задачі; 10 балів – комп'ютерне тестування.		
Зміст		

Змістовий модуль 1. Вступ до економічної теорії
Тема 1. Економічна наука: предмет, методи пізнання, використання
Тема 2. Становлення та розвиток економічної науки
Тема 3. Потреби, ресурси, виробничі можливості
Тема 4. Поділ праці, товарне виробництво, гроші
Тема 5. Власність та її економічна роль
Тема 6. Змішана економіка. економічна роль держави
Змістовий модуль 2. Загальна теорія ринкової економіки
Тема 7. Попит
Тема 8. Пропозиція
Тема 9. Ринок та механізм досягнення рівноваги
Тема 10. Підприємництво
Тема 11. Конкуренція та монополія
Тема 12. Доходи
Тема 13. Підприємства

Література

Україномовна програма

Основна

1. Петруня Ю.Е., Задоя А.А. Основы экономической теории: учеб. пособие / Ю.Е.Петруня, А.А.Задоя К.: Знання, 2011. – 359с.
2. Основи економічної теорії: Навчальний посібник/ За заг.ред. П.В. Круша, В.І. Депутат, С.О. Тульчинської. – К.: Каравела, 2008. – 448 с.
3. Основи економічної теорії (політекономія): Збірник завдань для самостійної роботи та контролю знань / А.О.Задоя, Ю.Є.Петруня, С.В.Кузьмінов, Е.М.Лимонова, Л.П.Ландовська. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2010. – 108 с.
4. Соколов М. Економічна теорія. Підручник / М. Соколов, М. Горлач, В. Гущенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 532 с.
5. Raworth, K. (2017). Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist. Vermont: Chelsea Green Publishing

Додаткова

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Ринкова економіка: основні поняття і категорії: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2008. – 263 с.
2. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 2008. – 544 с.
3. Мочерний С.В., Мочерна Я.С. Політична економія: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2007. – 684 с.
4. Камінська Т.М. Основи економічної теорії: підручник (I—IV р. а.) / Т.М. Камінська. — 2-е видання. – К.: Всеукраїнське спеціалізоване видавництво «Медицина», 2018. – 232 с.
5. D. Begg, R. Dornbusch and S. Fischer (2005), Economics, McGraw Hill – 600 p.
6. http://economics.about.com/od/whatiseconomics/u/economic_basics.htm [electronic resource], Access free.
7. Hazlitt, Henry, Economics in One Lesson: The Shortest and Surest Way to Understand Basic Economics Accessible at: https://fee.org/media/14946/economicsinonelesson.pdf
8. Статистичний довідник України [Електронний ресурс]/ Режим доступу:http://www.ukrstat.gov.ua/ - вільний. Заголовок з екрану. – Мова укр.

Політика курсу

- Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою згідно «Положення про організацію освітнього процесу».

- Результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти входять як складові елементи до загальної (остаточної) оцінки знань здобувачів з певної дисципліни. Оцінка рівня роботи здобувача на практичних заняттях здійснюється в межах 60 балів.
- Здобувач допускається до іспиту, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів за умови виконання позитивно оціненого індивідуального завдання;
- Якщо за результатами оцінювання поточної роботи здобувач отримав менше 36 балів, він не допускається до іспиту. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до іспиту з оцінкою 36 балів.
- Результати іспиту оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Іспит проводиться у вигляді аналізу ситуації, розв'язання задачі, яка потребує проведення певних розрахунків (максимум 15 балів за виконання кожного завдання), та комп'ютерного тестування (20 тестів, 0,5 балу за кожну правильну відповідь). Екзамен проводиться без використання комп'ютерів, смартфонів, книг та інших джерел інформації. Під час екзамену допускається використання лише простого калькулятора.
- Якщо здобувач за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.
- Усі письмові роботи студента проходять перевірку на оригінальність. Рівень оригінальності повинен бути не нижче 70%. У разі виявлення неоформлених відповідним чином запозичень, фальсифікації даних чи інших форм академічної недоброчесності роботи анулюються, а до порушників застосовуються методи впливу, передбачені «Положенням про організацію навчального процесу.

Критерії оцінювання:

а) індивідуального завдання (есе)

15 балів

Здобувач демонструє чудове розуміння матеріалу, володіння змістом, глибину пошуку. Здобувач використовує сучасну наукову та інформаційну літературу, бази даних. Робота містить елементи новизни та відображає власну точку зору автора. Робота оформлена у відповідності до вимог.

12 балів

Здобувач добре розуміється на матеріалі, демонструє гарне володіння змістом та глибиною пошуку. Для виконання роботи використані сучасні інформаційні джерела. Є незначні порушення вимог в оформленні роботи.

9 балів

Здобувач у цілому правильно дає відповідь на поставлені питання, однак демонструє поверхневу обробку вмісту, невелику глибину пошуку. Здобувач не дає широкого пояснення щодо всіх питань. Є суттєві порушення вимог до оформлення есе.

6 балів

Здобувач демонструє слабке розуміння матеріалу, поверхневу обробку змісту; невелика глибина пошуку. Робота містить помилкові твердження. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

3 бали

Здобувач проявляє певне розуміння матеріалу. Здобувач не дає детальних пояснень щодо всіх моментів проблеми, сформульованої у індивідуальному завданні. Робота оформлена не належним чином. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

0 балів
Здобувач не виявляє жодних знань чи розуміння питань, порушених у індивідуальному завданні. Здобувач виявляє фундаментальне нерозуміння теми. Потребує виконання нового індивідуального завдання.

б) комп'ютерного тестування

Кількість балів за комп'ютерне тестування визначається шляхом множення максимальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на конкретний вид тестування, на питому вагу правильних відповідей від загальної кількості питань, включених до тестування.

в) участі у дискусіях

За участь у дискусії здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%
Дискусія ведеться коректно. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, висловлює та вдало аргументує свою позицію.

80%
Здобувач висловлює правильні положення, однак деякі аргументи не є достатніми. Допущені незначні помилки у висловлюваннях.

60%
Здобувач у цілому вірно розуміє суть питання, але не може навести аргументи на користь тієї чи іншої точки зору. Знання предмету дискусії поверхневі

40%
Здобувач демонструє фрагментарне розуміння предмету дискусії. Допускає помилкові судження, які виправляє після участі у дискусії.

0%
Здобувач не володіє знаннями для ведення дискусії.

г) презентації

За презентацію під час занять здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%
Презентація за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, дотримується регламенту та дає грамотні коментарі до демонстрації.

80%
Презентація за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач правильно коментує презентацію, однак ним допущені незначні помилки у висловлюваннях.

60%
Презентація в основному за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач у своїх коментарях по суті повторює зміст презентації. На уточнюючі питання відповідає поверхнево

40%
Презентація лише частково відповідає поставленому завданню. Здобувач демонструє фрагментарне розуміння суті питання. Допускає помилкові судження.

0%
Презентація не відповідає поставленому завданню. Здобувач не готовий до аргументації її змісту.

д) екзаменаційних робіт

1. Ситуація та розгорнутої відповіді на питання:

15 балів
Робота відображає власну точку зору студента, має елемент новизни. Студент демонструє відмінне використання відповідних даних та прикладів.
12 балів
Студент демонструє хороші знання, розуміє та інтерпретує проблеми, що виникають у питаннях. Студент демонструє належне використання відповідних даних та прикладів.
10 балів
Студент висвітлює проблеми, але надає лише основний начерк проблем, порушених у питаннях. Аргументи ясні, але обмежені. Є кілька незначних прогалин та неточностей, але немає серйозних помилок.
8 балів
Студент демонструє відсутність узгодженого розуміння проблем та питань, порушених у питаннях. Важлива інформація була опущена, і невідповідні моменти були включені. Нарис дуже короткий.
0-8 балів
Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння проблем, порушених у питаннях, виявляється фундаментальне непорозуміння предмету. Більша частина матеріалу в нарисі не має значення.

2. Критерії оцінювання розв’язання задачі:

15 балів

Студент демонструє чудове розуміння матеріалу, використовує правильні формули, робить висновки. Відсутні арифметичні помилки. Відповідь правильна.

12 *балів*

Студент демонструє гарне розуміння матеріалу, дає докладне пояснення усіх моментів розв'язання, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

10 балів

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення усіх етапів розв'язання. Студент використовує правильні формули, але не робить висновків. Є арифметичні помилок. Відповідь правильна.

8 бали

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

6 бали

Студент демонструє певне розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення всіх етапів розв'язання. Відповідь неправильна.

0 балів

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння питань, виявляє фундаментальне непорозуміння з предмету, використовує неправильні формули. Відповідь неправильна.

3. Критерії оцінювання правильності відповідей на тести:
0,5 балів – за кожну правильну відповідь.

Назва дисципліни: Економічна теорія (Мікроекономіка) (МЕВ, МГ, МН)				
Анотація: ***Метою*** викладання навчальної дисципліни «Мікроекономіка» є формування у студентів базових знань щодо поведінки економічних суб'єктів на ринках кінцевих товарів та ринках ресурсів, що дозволить підготувати їх до вивчення спеціальних дисциплін відповідного напряму підготовки. ***Завдання дисципліни*** - розгляд проблем мікроекономічного аналізу, виклад теорії споживчого вибору і поведінки споживача, вивчення моделей досягнення його рівноваги; вивчення теорії виробництва і механізму вибору його обсягів, які максимізують прибуток виробника в умовах різних моделей ринку; характеристика поведінки фірми на ринку товарів і ресурсів. У ході вивчення дисципліни формуються як *загальні компетентності* (здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; знання та розуміння предметної області; здатність вчитися і бути сучасно навченим; здатність пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; навички між особистої взаємодії; здатність працювати автономно), так і *спеціальні* (розуміння загальних закономірностей функціонування економічних систем на мікро-, макро- та мегарівнях; здатність управляти структурними підрозділами організацій та організаціями в цілому; розуміння ринкової взаємодії виробників (продавців) та споживачів (покупців); розуміння базових принципів ефективного функціонування фірм та обліку результатів її роботи; розуміння механізмів грошового обігу та фінансових відносин; здатність чітко і ясно застосовувати мову і термінологію економічної науки)				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Англ.	III	4,5 / обов'язкова	Кузьмінов С.В., д.е.н., професор.	135 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 93 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**
1) вміння прогнозувати поведінку споживача при виборі товару на ринку, аналізувати поведінку продавців та покупців ресурсів у залежності від моделі ринку		Лекція, семінари, дискусії, самостійна робота, написання есе, тести		Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
2) вміння аналізувати динаміку витрат виробника та розраховувати економічний прибуток;		Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота, аналіз кейсів, квізи		Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
3) можливість оцінити стан рівноваги окремих економічних		Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота,		Участь у дискусії, есе, презентації

суб'єктів та прогнозувати їх поведінку;	аналіз кейсів, тести	(ПтК), підсумковий іспит (ПК)
4) навички чітко передавати інформацію, використовуючи стиль та структуру письма, що відповідає нормам майбутнього робочого місця;	Семінари, самостійна робота, написання есе	Есе, презентація, участь у дискусії (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
5) навички працювати автономно та рефлексувати через самооцінку;отримувати та використовувати відповідну інформацію з відповідних джерел, наприклад підручники, газети, веб-сайти, бізнес-журнали та вибрані журнали;	Робота з базами даних в Інтернеті, самонавчання	Есе, презентація (ПтК))

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:
100% - підсумковий іспит. Зокрема:
70% - розрахункові задачі;
30% - логічна задача.

Зміст

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки
Тема 2. Теорія споживацького вибору
Тема 3. Моделювання поведінки споживача на ринку товарів
Тема 4. Ринковий попит і його еластичність
Тема 5. Теорія виробництва
Тема 6. Витрати і випуск
Тема 7. Ринок досконалої конкуренції
Тема 8. Монопольний ринок
Тема 9. Ринок монополістичної конкуренції
Тема 10. Олігополістичний ринок
Тема 11. Утворення похідного попиту
Тема 12. Ціноутворення на ринку ресурсів
Тема 13. Аналіз загальної рівноваги та ефективність

Література

Англомовна програма

Основна

1. Microeconomics / A.O. Zadoia, S.V. Kuz'minov, O.A. Kosyakina. – Dnipropetrovs'k: Alfred Nobel University, Dnipropetrovs'k, 2011. – 288 p. (базовий підручник).
2. Campbell McConnell, Stanley Brue, Sean Flynn (2018) Microeconomics (Mcgraw-hill Series: Economics) 21st Edition
3. Paul Krugman, Robin Wells (2018) Microeconomics Fifth Edition, Worth Publishers, 688 p.
4. Gregory N. Mankiw (2018) Principles of Microeconomics 8th Edition, Harvard University

Додаткова

1. Principles of Microeconomics 2e [Електронний ресурс]. - Режим доступу:

https://openstax.org/details/books/principles-microeconomics-2e – вільний. Мова англ.

2. Online Microeconomics Textbook [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.thoughtco.com/online-microeconomics-textbook-1147732 - вільний. Мова укр.

Політика курсу

- Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою
- Усі 100 балів студент може набрати під час фінального іспиту, який проводиться у письмовій формі, під наглядом екзаменатора.
- Організація поточного контролю знань не передбачає виставлення балів для формування підсумкової оцінки. Оцінка роботи студента на практичних заняттях відбувається у формі психологічних заохочень.
- Студент допускається до фінального іспиту у будь-якому випадку за умови, що немає заперечень фінансового або юридичного характеру з боку університету.
- Іспит проводиться у вигляді розв'язання двох задач, відповіді на які даються у формі аналітичних есе. Іспит проводиться без використання комп'ютерів, смартфонів, криг та інших джерел інформації.
- Якщо студент за результатами підсумкового іспиту набрав менше 60 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку. Повторне складання екзамену після незадовільної оцінки оцінюється 60 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.
- За узгодженням з завідувачем своєї випускової кафедри студент, який попередньо отримав позитивну оцінку під час першої спроби, може складати фінальний іспит повторно для підвищення оцінки.
- Усі письмові роботи студента проходять перевірку на оригінальність. Рівень оригінальності повинен бути не нижче 70%. У разі виявлення неоформлених відповідним чином запозичень, фальсифікації даних чи інших форм академічної недоброчесності роботи анулюються, а до порушників застосовуються методи впливу, передбачені «Положенням про організацію навчального процесу».

Назва дисципліни: Макроекономіка				
Анотація: ***Метою*** вивчення навчальної дисципліни «Макроекономіка» є формування у здобувачів розуміння механізму функціонування національної економіки на основі макроекономічних теорій, концепцій, моделей, обґрунтованих світовою та вітчизняною наукою і апробованих економічною практикою та набуття навичок оцінки макроекономічної ситуації для прийняття обґрунтованих рішень на мікро-, макро- та мега рівнях. ***Завдання дисципліни:*** · показати місце макроекономічної науки в суспільстві; обґрунтувати зміст основних економічних теорій, на які спирається сучасна макроекономічна наука і практика господарювання; висвітлити основні методи і моделі макроекономічного аналізу; визначити функції ринкового саморегулювання, необхідність і сутність державного втручання в економіку; розкрити зміст механізму державного регулювання економіки за допомогою засобів фіскальної, грошово-кредитної, зовнішньоекономічної та соціальної політики; ознайомити студентів з основними моделями економічного розвитку та методами розрахунку показників економічного зростання. У ході вивчення дисципліни формуються як *загальні компетентності* (здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність вчитися і бути сучасно навченим; здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність працювати у команді; навички міжособистісної комунікації; цінування та повага різноманітності та мультикультурності), так і *спеціальні* (розуміння загальних закономірностей функціонування економічних систем на мікро-, макро- та мегарівнях; здатність працювати у різних лінгвістичних, культурних і правових контекстах; здатність зібрати і проаналізувати вихідні дані, необхідні для оцінки міжнародної конкурентоспроможності господарюючого суб’єкта; здатність вести дослідницьку роботу з використанням міжнародних баз даних з проблем макроекономіки та міжнародної економічної діяльності.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр. / англ.	III	5 / обов’язкова	Задоя А.О., д.е.н., проф. Кузьмінов С.В., д.е.н., проф., Лимонова Е.М., к.е.н., доц., Задоя О.А., к.е.н., доц	150 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 108 год. самостійної роботи)
Результати навчання Здобувач після завершення вивчення дисципліни		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК)**

«Макроекономіка»:		та підсумковий (ПК) контроль)
1) Знає загальні закономірності функціонування національної економіки як макроекономічної системи;	Лекція, семінари, дискусії, самостійна робота	Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
2) Розуміє механізми досягнення рівноваги на загальнонаціональному товарному ринку, ринку праці, ринку грошей, формування загальної рівноваги в національній економіці та причини й фактори, які порушують цю рівновагу;	Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота, аналіз кейсів	Презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
3) Може застосовувати загальноекономічні закономірності для аналізу проблем динаміки та збалансованості національної економіки;	Семінари, самостійна робота, виконання індивідуального завдання (есе)	Есе, презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
4) Здатний дослідити причини порушення основних макроекономічних пропорцій та прогнозувати динаміку макроекономічних показників;	Робота з базами даних в Інтернеті, самонавчання, індивідуальне завдання (есе)	Есе, презентація (ПтК)
5) Уміє розрахувати на основі загальнодоступних статистичних даних показники інфляції, зайнятості, безробіття, базові показники системи національних рахунків та дати пояснення їх динаміки	Робота з базами даних в Інтернеті, практичні заняття, самонавчання, індивідуальне завдання (есе)	Есе, презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
6) Здатний оцінювати вплив макросередовища на функціонування господарюючих суб'єктів та приймати економічно обґрунтовані рішення, які б враховували цей вплив.	Робота з базами даних в Інтернеті, практичні заняття, самонавчання, індивідуальне завдання (есе)	Есе, презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
7) Уміє досліджувати взаємозв'язки внутрішньоекономічних та міжнародних процесів, інструменти державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.	Робота з базами даних в Інтернеті, лекції, практичні заняття, самонавчання, індивідуальне завдання (есе)	Есе, презентація, участь у дискусії, тестування (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
8) Може активно працювати в команді, в тому числі над	Практичні заняття, аналіз кейсів, дискусії	Участь у дискусії, підготовка

проектами комерційними та громадськими, може порозумітися з особами, які є та не є фахівцями в сфері управління,		групових міні проектів, презентації (ПтК)
9) Усвідомлює динамічні зміни в економіці країни та світу, розуміє необхідність навчання протягом життя, спроможний організувати процес навчання інших осіб	Практичні заняття, аналіз кейсів, дискусії	Участь у дискусії, підготовка групових міні проектів, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)

Оцінка

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль.

60 балів поточного контролю складаються з:
15 балів – індивідуальне завдання (есе);
20 балів – комп'ютерне тестування;
15 балів – участь у дискусіях;
10 балів – презентації.

40 балів підсумкового контролю складаються з:
15 балів – аналіз кейсу;
15 балів – розв'язання задачі;
10 балів – комп'ютерне тестування.

Зміст

1. Макроекономіка як наука
2. Держава як суб'єкт макроекономічного регулювання
3. Показники національного виробництва
4. Динаміка національної економіки
5. Ринок праці та безробіття
6. Інфляція
7. Сукупний попит та сукупна пропозиція
8. Моделі загальної рівноваги
9. Механізм фіскальної політики
10. Механізм грошово-кредитної політики
11. Механізм зовнішньоекономічної політики
12. Соціальні гарантії
13. Економічне зростання

Література

Україномовна програма

Основна

1. Задоя А.А. Макроэкономика: Учебник / А.А. Задоя, Ю.Е. Петруня. – К.: Знання, 2010. – 381 с. (базовий підручник)
2. Задоя А.О. Макроекономіка: вправи для самопідготовки та контролю знань студентів / А.О. Задоя, С.В. Кузьмінов, Г.Я. Глуха, Е.М. Лимонова. – Д.: Вид-во ДУАН, 2015. – 112 с.

3. Макроекономіка [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Резнік Н. П., Талавиря М. П., Пащенко О. В. ; Київ. міжнар. ун-т. - Вид. 2-ге, допов. і перероб. - Київ : КиМУ, 2015. - 554 с.
4. Макроекономіка [Текст] : навч. посіб. / М. Л. Данилович-Кропивницька, П. І. Стецюк, І. О. Тивончук ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - 2-ге вид., допов. - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. - 291 с.
5. Макроекономіка [Текст] : підручник / О. М. Козакова, Е. М. Забарна ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. - 427 с.
6. Макроекономіка [Текст] : навч. посіб. для студентів зі спец. "Економіка", "Облік і оподаткування", "Менеджмент", "Маркетинг", "Підприємство, торгівля та біржова діяльність" / [С. І. Архієреєв та ін.] ; за ред. проф. Архієреєва С. І. ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". - Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2019. - 215 с.

Додаткова

1. Julio Gar´ın, Robert Lester, Eric Sims. Intermediate Macroeconomics, August 2, 2018 [Електронний ресурс]. Режим доступу - https://www3.nd.edu/~esims1/gls_int_macro.pdf - вільний. – Мова англ.
2. . Задоя А.О. Де створюється ВВП або індустріалізація чи деіндустріалізація? // Європейський вектор економічного розвитку. – 2017. - №2. – С. 27-41.
3. Задоя А.О., Задоя О.А. Мотиви та стимули заощаджень: мікроекономічний аналіз // Науковий вісник Дипломатичної академії України. Випуск 23. Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід. Частина ІІІ. Серія «Економічні науки». Київ, 2016. – С. 177-182.
4. Макроекономіка. Практикум [Текст] : навч.-метод. посіб. для студентів екон. спец. / П'ясецька-Устич С. В. ; Держ. ВНЗ "Ужгород. нац. ун-т", Екон. ф-т, Каф. екон. теорії. - Ужгород : РІК-У, 2017. - 270 с.
5. Макроекономіка: теорія і практикум [Текст] : [навч. посіб.] / В. А. Шинкар, С. В. П'ясецька-Устич ; ДВНЗ "Ужгород. нац. ун-т". - Ужгород : РІК-У, 2017. - 477 с.
6. Central Intelligence Agency. The World Factbook [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html#top – вільний. Заголовок з екрану. – Мова англ.
7. Статистичний довідник України [Електронний ресурс]/ Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/ - вільний. Заголовок з екрану. – Мова укр.
8. The World Bank. [Електронний ресурс]. Режим доступу - http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?page=6 - вільний. – Мова англ.
9. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ssmsc.gov.ua/fund/analytics - вільний. – Мова укр.
10. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html - вільний. – Мова укр.
11. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=5802143 – вільний. – Мова укр.
12. Минфин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://index.minfin.com.ua/bank/stat/count.php – вільний. – Мова рос.
13. International Monetary Fund [Електронний ресурс]. Режим доступу - https://www.imf.org/external/index.htm - вільний. – Мова англ.
14. International investment position statistics. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-

explained/index.php/International_investment_position_statistics
15.DOING BUSINESS Measuring Business Regulations. - Available at: http://www.doingbusiness.org/
16. OECD Investment Policy Reviews: Ukraine 2016. [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/finance-and-investment/oecd-investment-policy-reviews-ukraine-2016
17. Euromoney's Country Risk Rankings [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.euromoney.com.
18. Economist Group. [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.economistgroup.com
19. Institutional Investor. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.institutionalinvestor.com.
20. Moody's Investor Service [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.moodys.com.
21. Index of economic freedom 2015. Heritage Foundation [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.heritage.org/index
22. The Global Competitiveness Report 2015-2016 [Електронний ресурс]. – Available at: URL: http://www.weforum.org/reports
23. World Investment Report 2018. - Available at: ttps://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf

Література

Англомовна програма

Основна

1. Macroeconomics (2011), A.O. Zadoia, Y.E Petrunia, S.V. Kuzminov, O.M. Trushenko, O.A. Kosyakina, Dnipropetrovsk: Alfred Nobel University, Dnipropetrovsk, 296 c.
2. Macroeconomics: (Presentation course) (2010), by Kozyuk V. V., Dluhopolskyy O. V.; Ternopil nat. econ. univ., Dep. of econ., Ternopil , TNEU, 170 p.
3. Julio Gar´ın, Robert Lester, Eric Sims (2018) Intermediate Macroeconomics, August 2. Available at: https://www3.nd.edu/~esims1/gls_int_macro.pdf
4. Steven A. Greenlaw, David Shapiro (2020) Principles of Macroeconomics 2e. Available at: https://openstax.org/details/books/principles-macroeconomics-2e

Додаткова

1. Central Intelligence Agency. The World Factbook. Available at: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html#top
2. State Statistics Services of Ukraine. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/
3. The World Bank. Available at: http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?page=6.
4. Nationak bank of Ukraine. Available at: bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=5802143.
5. International Monetary Fund. Available at:https://www.imf.org/external/index.htm
6. International investment position statistics. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_investment_position_statistics
7. DOING BUSINESS Measuring Business Regulations. - Available at: http://www.doingbusiness.org/
8. OECD Investment Policy Reviews: Ukraine 2016. [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/finance-and-investment/oecd-

investment-policy-reviews-ukraine-2016
9. Euromoney's Country Risk Rankings [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.euromoney.com.
10. Economist Group. [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.economistgroup.com
11. Institutional Investor. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.institutionalinvestor.com.
12. Moody's Investor Service [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.moodys.com.
13. Index of economic freedom 2015. Heritage Foundation [Електронний ресурс]. – Available at: URL:http://www.heritage.org/index
14. The Global Competitiveness Report 2015-2016 [Електронний ресурс]. – Available at: URL: http://www.weforum.org/reports
15. World Investment Report 2018. - Available at: ttps://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2018_en.pdf

Політика курсу

- Дисципліна «Макроекономіка» вивчається після вивчення курсу «Мікроекономіка»;
- Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою згідно «Положення про організацію освітнього процесу».
- Результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти входять як складові елементи до загальної (остаточної) оцінки знань здобувачів з певної дисципліни. Оцінка рівня роботи здобувача на практичних заняттях здійснюється в межах 60 балів.
- Здобувач допускається до іспиту, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів за умови виконання позитивно оціненого індивідуального завдання;
- Якщо за результатами оцінювання поточної роботи здобувач отримав менше 36 балів, він не допускається до іспиту. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до іспиту з оцінкою 36 балів.
- Результати іспиту оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Іспит проводиться у вигляді аналізу ситуації, розв'язання задачі, яка потребує проведення певних розрахунків (максимум 15 балів за виконання кожного завдання), та комп'ютерного тестування (20 тестів, 0,5 балу за кожну правильну відповідь). Екзамен проводиться без використання комп'ютерів, смартфонів, книг та інших джерел інформації. Під час екзамену допускається використання лише простого калькулятора.
- Якщо здобувач за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.
- Усі письмові роботи студента проходять перевірку на оригінальність. Рівень оригінальності повинен бути не нижче 70%. У разі виявлення неоформлених відповідним чином запозичень, фальсифікації даних чи інших форм академічної недоброчесності роботи анулюються, а до порушників застосовуються методи впливу, передбачені «Положенням про організацію навчального процесу.

Критерії оцінювання:

а) індивідуального завдання (есе)

15 балів

Здобувач демонструє чудове розуміння матеріалу, володіння змістом, глибину пошуку.

Здобувач використовує сучасну наукову та інформаційну літературу, бази даних. Робота містить елементи новизни та відображає власну точку зору автора. Робота оформлена у відповідності до вимог.

12 балів
Здобувач добре розуміється на матеріалі, демонструє гарне володіння змістом та глибиною пошуку. Для виконання роботи використані сучасні інформаційні джерела. Є незначні порушення вимог в оформленні роботи.

9 балів
Здобувач у цілому правильно дає відповідь на поставлені питання, однак демонструє поверхневу обробку вмісту, невелику глибину пошуку. Здобувач не дає широкого пояснення щодо всіх питань. Є суттєві порушення вимог до оформлення есе.

6 балів
Здобувач демонструє слабке розуміння матеріалу, поверхневу обробку змісту; невелика глибина пошуку. Робота містить помилкові твердження. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

3 бали
Здобувач проявляє певне розуміння матеріалу. Здобувач не дає детальних пояснень щодо всіх моментів проблеми, сформульованої у індивідуальному завданні. Робота оформлена не належним чином. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

0 балів
Здобувач не виявляє жодних знань чи розуміння питань, порушених у індивідуальному завданні. Здобувач виявляє фундаментальне нерозуміння теми. Потребує виконання нового індивідуального завдання.

б) комп'ютерного тестування
Кількість балів за комп'ютерне тестування визначається шляхом множення максимальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на конкретний вид тестування, на питому вагу правильних відповідей від загальної кількості питань, включених до тестування.

в) участі у дискусіях
За участь у дискусії здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%
Дискусія ведеться коректно. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, висловлює та вдало аргументує свою позицію.

80%
Здобувач висловлює правильні положення, однак деякі аргументи не є достатніми. Допущені

незначні помилки у висловлюваннях.

60%
Здобувач у цілому вірно розуміє суть питання, але не може навести аргументи на користь тієї чи іншої точки зору. Знання предмету дискусії поверхневі

40%
Здобувач демонструє фрагментарне розуміння предмету дискусії. Допускає помилкові судження, які виправляє після участі у дискусії.

0%
Здобувач не володіє знаннями для ведення дискусії.

г) презентації
За презентацію під час занять здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%
Презентація за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, дотримується регламенту та дає грамотні коментарі до демонстрації.

80%
Презентація за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач правильно коментує презентацію, однак ним допущені незначні помилки у висловлюваннях.

60%
Презентація в основному за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач у своїх коментарях по суті повторює зміст презентації. На уточнюючі питання відповідає поверхнево

40%
Презентація лише частково відповідає поставленому завданню. Здобувач демонструє фрагментарне розуміння суті питання. Допускає помилкові судження.

0%
Презентація не відповідає поставленому завданню. Здобувач не готовий до аргументації її змісту.

д) екзаменаційних робіт
4. Ситуація та розгорнутої відповіді на питання:
15 балів
Робота відображає власну точку зору студента, має елемент новизни. Студент демонструє відмінне використання відповідних даних та прикладів.
12 балів

Студент демонструє хороші знання, розуміє та інтерпретує проблеми, що виникають у питаннях. Студент демонструє належне використання відповідних даних та прикладів.

10 балів

Студент висвітлює проблеми, але надає лише основний начерк проблем, порушених у питаннях. Аргументи ясні, але обмежені. Є кілька незначних прогалин та неточностей, але немає серйозних помилок.

8 балів

Студент демонструє відсутність узгодженого розуміння проблем та питань, порушених у питаннях. Важлива інформація була опущена, і невідповідні моменти були включені. Нарис дуже короткий.

0-8 балів

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння проблем, порушених у питаннях, виявляється фундаментальне непорозуміння предмету. Більша частина матеріалу в нарисі не має значення.

5. Критерії оцінювання розв'язання задачі:

15 балів

Студент демонструє чудове розуміння матеріалу, використовує правильні формули, робить висновки. Відсутні арифметичні помилки. Відповідь правильна.

10 *балів*

Студент демонструє гарне розуміння матеріалу, дає докладне пояснення усіх моментів розв'язання, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

10 балів

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення усіх етапів розв'язання. Студент використовує правильні формули, але не робить висновків. Є арифметичні помилок. Відповідь правильна.

8 бали

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

6 бали

Студент демонструє певне розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення всіх етапів розв'язання. Відповідь неправильна.

0 балів

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння питань, виявляє фундаментальне непорозуміння з предмету, використовує неправильні формули. Відповідь неправильна.

6. Критерії оцінювання правильності відповідей на тести:

0,5 балів – за кожну правильну відповідь.

Зв'язок між викладачами та здобувачами здійснюється через платформу Google Classroom офіційну електронну пошту викладачів, яка вказана на сайті Університету.

Назва дисципліни: Ділова іноземна мова				
Анотація: Основна мета навчання ділової іноземної мови полягає у *практичному* оволодінні діловою іноземною мовою та формуванні необхідної комунікативної компетенції у сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах. Основна мета навчання ділової іноземної мови реалізується через більш конкретні компетенції: набуття навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами (В1+); одержання новітньої фахової інформації з іноземних джерел; користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики; реферування суспільно-політичної та загальноекономічної літератури іноземною мовою; проведення презентацій з фахових питань та результатів власних досліджень.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
англ.	III	6 / вибіркова	Доц. М'ясоїд Г.І., доц. Полішко Н. Є., ст. викл. Беспалова Н.В., ст. викл. Мединська С.І., викл. Дербак О.А., викл. Грицкевич П.С., викл. Стеценко Р.М., викл. Яковлєва Т. І.	180 год. (56 год. практичних занять, 100 год. самостійної роботи, 18 год. індивідуальної роботи, 6 год. консультацій)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
Володіє базовою термінологією англійською мовою і має основні структуровані знання у бізнес-сфері завдяки розумінню розгорнутого мовлення професійного характеру (презентації, дискусії тощо) стандартною англійською мовою.		Мозковий штурм Дискусія Аналіз конкретних ситуацій (case-study) Ділові та рольові ігри Інтернет-пошук Презентації (індивідуальні та групові) Виконання завдань для самостійної роботи Парні інтерв'ю Mind maps Метод проектів Textbook assignments Vocabulary drills Робота в парах та мікрогрупах, Читання текстів		Участь в дискусії (диспуті, мозковому штурмі тощо) Участь у рольовій грі (діловій грі) Оцінювання практичних навичок Презентація в малих групах Кейс-стаді Есе Діловий лист Індивідуальна презентація
Знає основні правила написання, структуру		Написання письмових робіт Аудіювання різних видів аудіо- та		Усні відповіді на запитання

та мовні кліше для ділового листування (лист-заява при вступі на роботу, лист-рекомендація).	відеоматеріалів	(проблемну ситуацію) Письмові відповіді на запитання Модульна контрольна робота
Читає й розуміє тексти середнього рівня професійного характеру, в яких автори висловлюють певне ставлення й точки зору, розпізнаючи широкий діапазон термінології та скорочень з професійної сфери.		
Використовує мову ефективно для спілкування на різноманітні теми, пов'язані з навчанням та професією, з урахуванням фонетичних норм англійської мови та знання нормативної граматики англійської мови.		
Застосовує мовні засоби, які необхідні для проведення ділових переговорів, презентації продукції та послуг компанії та презентації результатів виконаного проекту.		
Може активно працювати в команді, в тому числі над діловими проектами та може порозумітися з особами, які є та не є фахівцями в діловій		

сфері.		
Знає про важливість відповідної поведінки в полікультурному середовищі, враховуючи національні особливості представників різних культур		

Оцінка
Підсумкова оцінка 100% поточного оцінювання: 10% участь у дискусії/ проблемній ситуації (5%*2)

Участь у дискусії	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у дискусії, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал під час дискусії, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням усіх рекомендацій щодо ведення дискусій.
4	Бере досить активну участь у дискусії, наводить аргументи під час дискусії, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням основних рекомендацій щодо ведення дискусій. Але при викладанні деяких аргументів не вистачає достатньої глибини та мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
3	Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) бере участь під час дискусії, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки.
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у дискусії за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають тематиці, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню.

20% участь у діловій грі/ кейс-стаді (5%*4)	
Участь у діловій грі/ кейс-стаді	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у діловій грі/ кейс-стаді, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал щодо своєї ролі, активно пропонує ідеї, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї

	теми, повністю виконує свої завдання в команді.
4	Бере досить активну участь у діловій грі/ кейс-стаді, наводить аргументи відповідно своєї ролі, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми. Але при вирішенні проблеми не вистачає мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, проте повністю виконує свої завдання в команді.
3	Фрагментарно, поверхово (без обґрунтування) бере участь у діловій грі/ кейс-стаді, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки, не пропонуючи ідей, а лише відтворюючи інформацію зі своєї ролі, частково виконує свої завдання в команді .
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у діловій грі/ кейс-стаді за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають ролі, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню. Не бере участь у виконанні завдань команди.

30% ділові листи/ есе (5%*6)

Діловий лист/ есе	Критерії оцінки
5	Лист (есе) складено за встановленими нормами. Текст чітко структурований з використанням мовних кліше/ зв'язок. Письмове висловлення побудовано логічно й послідовно з аргументацією. Опрацьовані всі умови завдання повністю. Допускається декілька помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.
4	Лист (есе) складено в основному за встановленими нормами з використанням мовних кліше/ зв'язок. Текст достатньо чітко структурований. Опрацьовані не всі умови завдання повністю, деякі лише згадані. Допускається незначна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано не достатньо широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.
3	Лист (есе) складено з відхиленнями від встановлених норм, є неточності в використанні мовних кліше/ недостатнє використання зв'язок. Опрацьовані не всі умови завдання. Наявна значна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, дуже вузький спектр лексичного запасу з теми.

30% модульні контрольні роботи (тестові завдання з лексики, граматики, читання, аудіювання та творче завдання з письма) (15%*2)

Тестові завдання модульної контрольної роботи оцінюються за кількістю правильних відповідей, творче завдання з письма оцінюються за критеріями ділового листа/ есе. Бали за модульну контрольну роботу зараховуються відповідно до відсотка правильних відповідей, як показано в таблиці нижче.

90-100 %	15
82-89 %	13
75-81 %	11
67-74 %	9
60-66 %	7

35-59 %	5
1-34 %	0

10% презентація за результатами дослідницького проекту (усна з використанням мультимедіа)

Презентація	Критерії оцінки
5	Продемонстровано вільне володіння усною мовою, повне дотримання структури презентації та використання мовленнєвого потенціалу, обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, одержані результати систематизовані й класифіковані, висновки є переконливими. У мовленні студента практично немає помилок або є незначні помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
4	Продемонстровано добре володіння усною мовою, дотримання структури презентації, достатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, систематизовані та класифіковані одержані результати, але висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
3	Продемонстровано задовільне володіння усною мовою, неповне дотримання структури презентації, недостатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та не достатньо обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито частково, не повністю систематизовані та класифіковані одержані результати, висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що частково заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі..
2	Не дотримується структура презентації. Тема не розкрита. Продемонстровано менш ніж посередній рівень володіння навичками усного мовлення. У мовленні студента багато помилок, що заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.

Зміст

♦ Тема 1. Форми бізнесу.
Тема 2. Структура компанії.
Тема 3. Пошук співробітників.
Тема 4. Співбесіда з працевлаштувальником.
Тема 5. Ділове оточення.
Тема 6. Цілі, стратегія бізнесу та конкуренція.

* Тема 1. Success in business and leadership.
Тема 2. Setting up a new business.
Тема 3. Communication in business.
Тема 4. International marketing.
Тема 5. Building relationships in business.
Тема 6. Working across cultures: doing business internationally.

Література

Основна

1. Тарнопольський О.Б., Кожушко С.П. Ділові проекти. Підручник з ділової іноземної

мови для студентів вищих навчальних закладів освіти та факультетів економічного профілю. Книга для студентів та робочий зошит. – В.: Вінниця. Нова Книга, 2007.♦

2. Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. Market Leader. Upper-Intermediate. Business English Flexi Course Book. – Pearson, 2016 *

Додаткова

1. Dooley J, Evans V. Grammarway 3. – Express Publishing, 1999

2. Emmerson P. Essential Business Vocabulary Builder. – Macmillan Publishers Limited, 2009.

3. Emmerson P. Essential Business Grammar Builder. – Macmillan Publishers Limited, 2009.

4. Mascull B. Business Vocabulary in Use: Intermediate. Third edition. – Cambridge University Press, 2018.

Політика курсу

- Дедлайн для виконання завдань для самостійної роботи встановлюється викладачем, але враховується складність та обсяг завдань. Мінімальний час на виконання завдань для самостійної роботи – 1 день.
- У разі порушення дедлайнів максимальна оцінка за виконані завдання 80% (при виконанні протягом відповідного модуля) та 60 % при виконанні завдань по закінченню модуля (окрім балів за модульну контрольну роботу, яка зараховується за фактичними результатами).
- При пропуску занять з поважної причини (лікарняний, студентська мобільність тощо при наявності документа-підтвердження) дедлайн для виконання завдання подовжується на 1-2 тижні після повернення на заняття в залежності від причини відсутності та обсягу завдань.
- Працевлаштування здобувача вважається поважною причиною пропуску занять лише в разі оформлення індивідуального графіка у студентському деканаті та інформування викладача на початку семестру, а також виконання всіх завдань у встановлені строки відповідно до графіка.
- Результати письмових робіт (есе, лист, звіт тощо) та/ або індивідуальних завдань після їх перевірки, як правило, доводяться до відома здобувачів викладачем на наступному занятті або протягом тижня, але в залежності від обсягу та складності завдання цей термін може бути подовженим до 10 робочих днів.
- У разі порушення академічної доброчесності або у випадках плагіату, виконане завдання не зараховується, здобувач має повторно виконати завдання та отримати максимально 60% за виконане завдання, проте у разі повторного порушення він/вона втрачає можливість повторного виконання завдання та втрачає бали за нього.
- Для комунікації зі здобувачами основним засобом зв'язку з викладачем є консультація (оффлайн або онлайн), а також електронна пошта та Google Classroom. Інші форми комунікації (вайбер, соціальні мережі тощо) є факультативними, за згодою викладача та студентів. Відповідь на електронного листа здобувач отримує протягом 1-5 робочих днів у залежності від типу запиту.

Назва дисципліни: Ділова іноземна мова				
Анотація: Основна мета навчання ділової іноземної мови полягає у *практичному* оволодінні діловою іноземною мовою та формуванні необхідної комунікативної компетенції у сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах. Основна мета навчання ділової іноземної мови реалізується через більш конкретні компетенції: набуття навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами (В2); одержання новітньої фахової інформації з іноземних джерел; користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики; реферування суспільно-політичної та загальноекономічної літератури іноземною мовою; проведення презентацій з фахових питань та результатів власних досліджень.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
англ.	V	5 / вибіркова (МГ-18, МГр-18)	Доц. Гречухіна І.Д., ст. викл. Мединська С.І., викл. Грицкевич П.С., викл. Печерна К. Ю., викл. Яковлєва Т. І.	150 год. (42 год. практичних занять, 87 год. самостійної роботи, 15 год. індивідуальної роботи, 6 год. консультацій) – МГ-18, МГр-18
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
Володіє базовою термінологією англійською мовою і має основні структуровані знання у сфері міжнародних економічних відносин і споріднених дисциплін завдяки розумінню розгорнутого мовлення академічного та професійного характеру (лекції, звіти, презентації, дискусії тощо)		Мозковий штурм Дискусія Аналіз конкретних ситуацій (case-study) Ділові та рольові ігри Інтернет-пошук та аналіз статистичних даних Презентації (індивідуальні та групові) Виконання завдань для самостійної роботи Парні інтерв'ю Blended learning Mind maps Метод проектів Метод занурення Textbook assignments Vocabulary drills Робота в парах та мікрогрупах Читання текстів Написання письмових робіт		Участь в дискусії (диспуті, мозковому штурмі тощо) Участь у рольовій грі (діловій грі) Оцінювання практичних навичок Презентація в малих групах Кейс-стаді Есе Діловий лист Індивідуальна презентація Дослідницький проект Усні відповіді на

стандартною англійською мовою.	Аудіювання різних видів аудіо- та відеоматеріалів	запитання (проблемну ситуацію) Письмові відповіді на запитання Модульна контрольна робота
Знає основні правила написання, структуру та мовні кліше для ділового листування (лист-запит, лист-скарга, лист-пропозиція та відповіді на різні види листів), а також інших видів ділової документації.		
Читає й розуміє складні тексті академічного та професійного характеру, в яких автори висловлюють певне ставлення й точки зору, розпізнаючи широкий діапазон термінології та скорочень з навчальної та професійної сфери та користуючись вибірково довідковими ресурсами.		
Використовує мову невимушено, точно й ефективно для спілкування на різноманітні теми, пов'язані з навчанням та професією, з урахуванням фонетичних норм англійської мови та знання нормативної граматики англійської мови.		
Застосовує мовні засоби, які необхідні		

для проведення ділових переговорів, конференцій, презентації продукції та послуг компанії та презентації результатів виконаного проекту.		
Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення.		
Знає про важливість відповідної поведінки в полікультурному середовищі, враховуючи національні особливості представників різних культур		

Оцінка

Підсумкова оцінка 100%:

<u>100% поточне оцінювання</u>:

20% участь у дискусії/ проблемній ситуації (5%*4)

Участь у дискусії	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у дискусії, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал під час дискусії, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням усіх рекомендацій щодо ведення дискусій.
4	Бере досить активну участь у дискусії, наводить аргументи під час дискусії, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням основних рекомендацій щодо ведення дискусій. Але при викладанні деяких аргументів не вистачає достатньої глибини та мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
3	Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) бере участь під час дискусії, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький

	лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки.
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у дискусії за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають тематиці, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню.

20% участь у діловій грі/ кейс-стаді (5%*4)

Участь у діловій грі/ кейс-стаді	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у діловій грі/ кейс-стаді, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал щодо своєї ролі, активно пропонує ідеї, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми, повністю виконує свої завдання в команді.
4	Бере досить активну участь у діловій грі/ кейс-стаді, наводить аргументи відповідно своєї ролі, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми. Але при вирішенні проблеми не вистачає мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, проте повністю виконує свої завдання в команді.
3	Фрагментарно, поверхово (без обґрунтування) бере участь у діловій грі/ кейс-стаді, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки, не пропонуючи ідей, а лише відтворюючи інформацію зі своєї ролі, частково виконує свої завдання в команді .
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у діловій грі/ кейс-стаді за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають ролі, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню. Не бере участь у виконанні завдань команди.

30% ділові листи/ есе (5%*6)

Діловий лист/ есе	Критерії оцінки
5	Лист (есе) складено за встановленими нормами. Текст чітко структурований з використанням мовних кліше/ зв'язок. Письмове висловлення побудовано логічно й послідовно з аргументацією. Опрацьовані всі умови завдання повністю. Допускається декілька помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.
4	Лист (есе) складено в основному за встановленими нормами з використанням мовних кліше/ зв'язок. Текст достатньо чітко структурований. Опрацьовані не всі умови завдання повністю, деякі лише згадані. Допускається незначна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано не достатньо широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.

3	Лист (есе) складено з відхиленнями від встановлених норм, є неточності в використанні мовних кліше/ недостатнє використання зв'язок. Опрацьовані не всі умови завдання. Наявна значна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, дуже вузький спектр лексичного запасу з теми.

20% модульні контрольні роботи (тестові завдання з лексики, граматики, читання, аудіювання та творче завдання з письма) (10%*2)

Тестові завдання модульної контрольної роботи оцінюються за кількістю правильних відповідей, творче завдання з письма оцінюються за критеріями ділового листа/ есе. Бали за модульну контрольну роботу зараховуються відповідно до відсотка правильних відповідей, як показано в таблиці нижче.

90-100 %	10
82-89 %	9
75-81 %	8
67-74 %	7
60-66 %	6
35-59 %	4
1-34 %	0

10% індивідуальна презентація за результатами дослідницького проекту (усна з використанням мультимедіа)

Презентація	Критерії оцінки
10-9	Продемонстровано вільне володіння усною мовою, повне дотримання структури презентації та використання мовленнєвого потенціалу, обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, одержані результати систематизовані й класифіковані, висновки є переконливими. У мовленні студента практично немає помилок або є незначні помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
8-7	Продемонстровано добре володіння усною мовою, дотримання структури презентації, достатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, систематизовані та класифіковані одержані результати, але висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
6-5	Продемонстровано задовільне володіння усною мовою, неповне дотримання структури презентації, недостатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та не достатньо обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито частково, не повністю систематизовані та класифіковані одержані результати, висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що частково заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі..
4-3	Не дотримується структура презентації. Тема не розкрита. Продемонстровано менш ніж посередній рівень володіння навичками усного мовлення. У мовленні студента багато помилок, що заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.

Зміст

♦Тема 1. Бізнес можливості та фактори для їх виявлення

Тема 2. Цілі, стратегія бізнесу та конкуренція

Тема 3. SWOT-аналіз як ключовий інструмент бізнесу
Тема 4. Прибутковість як ключовий показник фінансової успішності компанії
Тема 5. Управлінські функції
Тема 6. Лідерство та керівництво компанією
Тема 7. Мотивація персоналу
Тема 8. Життєвий цикл продукту

* Тема 1. Management styles.
Тема 2. Staff motivation.
Тема 3. Team building.
Тема 4. Raising finance.
Тема 5. Working across cultures: managing international teams.
Тема 6. Customer service.

Література

Основна

1. Handbook on Effective Business English Exam Preparation 2-е вид., доп. та переробл./ С. П. Кожушко, С. І. Мединська, Г. І. М'ясоїд. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2020. – 200 с.♦

2. Комплект підручників відповідного рівня:

- Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. Market Leader. Pre-Intermediate Business English Flexi Course Book. – Pearson, 2016.
- Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. Market Leader. Intermediate. Business English Flexi Course Book. – Pearson, 2016.
- Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. Market Leader. Upper-Intermediate. Business English Flexi Course Book. – Pearson, 2016. *

Додаткова

1. Dooley J., Evans V. Grammarway 4. – Express Publishing, 1999.
2. Emmerson P. Business Grammar Builder. – Macmillan Publishers Limited, 2009.
3. Emmerson P. Business Vocabulary Builder. – Macmillan Publishers Limited, 2009.
4. Evans V. Successful Writing. Intermediate/ Upper-Intermediate. – Express Publishing, 2000
5. Johnson C. Market Leader. Banking and Finance. – Longman, 2001
6. Kozhushko S., Baranova I. Business Letter Writing. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2012.
7. MacKenzie, I. English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics students. Third Edition. – Cambridge University Press, 2010.
8. Mackenzie I. Management and Marketing. – Pearson Education Limited, 2000.
9. Mascull B. Business Vocabulary in Use: Upper-Intermediate/Advanced. Third edition. – Cambridge University Press, 2018.
10. Pilbeam A. Market leader. International Management. – Longman, 2001
11. Strutt P. Market leader. Business Grammar and Usage. – Longman, 2000.
12. Strutt P. Business Grammar and Usage. – Longman, 2000.

Політика курсу

- Дедлайн для виконання завдань для самостійної роботи встановлюється викладачем, але враховується складність та обсяг завдань. Мінімальний час на виконання завдань для самостійної роботи – 1 день.
- У разі порушення дедлайнів максимальна оцінка за виконані завдання 80% (при виконанні протягом відповідного модуля) та 60 % при виконанні завдань по закінченню модуля (окрім балів за модульну контрольну роботу, яка зараховується за фактичними результатами).

- При пропуску занять з поважної причини (лікарняний, студентська мобільність тощо при наявності документа-підтвердження) дедлайн для виконання завдання подовжується на 1-2 тижні після повернення на заняття в залежності від причини відсутності та обсягу завдань.
- Працевлаштування здобувача вважається поважною причиною пропуску занять лише в разі оформлення індивідуального графіка у студентському деканаті та інформування викладача на початку семестру, а також виконання всіх завдань у встановлені строки відповідно до графіка.
- Результати письмових робіт (есе, лист, звіт тощо) та/ або індивідуальних завдань після їх перевірки, як правило, доводяться до відома здобувачів викладачем на наступному занятті або протягом тижня, але в залежності від обсягу та складності завдання цей термін може бути подовженим до 10 робочих днів.
- У разі порушення академічної доброчесності або у випадках плагіату, виконане завдання не зараховується, здобувач має повторно виконати завдання та отримати максимально 60% за виконане завдання, проте у разі повторного порушення він/вона втрачає можливість повторного виконання завдання та втрачає бали за нього.
- Для комунікації зі здобувачами основним засобом зв'язку з викладачем є консультація (оффлайн або онлайн), а також електронна пошта та Google Classroom. Інші форми комунікації (вайбер, соціальні мережі тощо) є факультативними, за згодою викладача та студентів. Відповідь на електронного листа здобувач отримує протягом 1-5 робочих днів у залежності від типу запиту.

Назва дисципліни: Регіональна економіка

Анотація

Мета курсу: формування знань щодо теоретичних і практичних засад територіальної організації продуктивних сил України, сучасного стану та напрямів регіонального розвитку економіки, а також екологічних знань, мислення та свідомості економістів.

Основні компетентності, що формуються:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
- навички використання інформаційних комунікаційних технологій;
- здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
- здатність діяти соціально відповідально та свідомо;
- здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу;
- здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими;
- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу;
- здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності;
- здатність визначити вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів;
- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності;
- здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухвалені маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності;
- здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначити особливості функціонування ринків;
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу;
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі;
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Мова викла-дання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	II	5 / обов'язкова	Щолокова Г.В., к.політ.н., доц.	150 год. (28 год. лекцій, 28 год. практичних занять, 94 год. самостійної роботи)

Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест, екзамен
РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання індивідуального завдання, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, індивідуальне завдання, тест, екзамен
РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження сучасної маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест, екзамен
РН8. Застосовувати інноваційні підходи		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за		Участь в дискусії, участь

щодо провадження маркетингової діяльності економічного суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін ринкового середовища.	матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.	у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест, екзамен
РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.	Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест, екзамен
РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.	Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест, екзамен
РН21. Використовувати знання професійної та практичної підготовки з маркетингу для моніторингу основних характеристик маркетингового середовища, при проведенні маркетингових досліджень, здійсненні сегментування ринку та позиціонування товару/послуги на	Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання індивідуального завдання, виконання тестових завдань.	Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, індивідуальне завдання, тест, екзамен

ринку, формуванні товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики та організації маркетингової діяльності.		

Оцінка

Підсумкова оцінка

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Екзамен

60% Поточна оцінка:

17% - письмове тестування

28% - опитування (в рамках практичних занять)

15% - виконання індивідуального завдання

Критерії підсумкової оцінки

90-100	A	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються регіональної економіки, демонструє добре розуміння її особливостей. Обґрунтовує свою думку.
82-89	B	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються регіональної економіки, демонструє добре розуміння її особливостей. Частково обґрунтовує свою думку.
75-81	C	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються регіональної економіки, демонструє добре розуміння її особливостей. Не обґрунтовує свою думку у повній мірі.
67-74	D	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються регіональної економіки, демонструє недостатнє розуміння її особливостей.
60-66	E	Студент частково демонструє теоретичні знання, які стосуються регіональної економіки, демонструє недостатнє нерозуміння її особливостей.
35-59	FX	Студент показує недостатнє розуміння питань, не надає необхідної інформації щодо поставлених питань і наводить під час відповіді непотрібну інформацію.
1-34	F	Студент не демонструє будь-які знання або розуміння поставлених питань, відповіді характеризуються тотальним нерозумінням предмету.

Зміст

Змістовий модуль 1. Регіональна економіка

Тема 1. Вступна лекція

1. Тема

2. Закономірності, принципи і фактори розміщення продуктивних сил та формування економіки регіонів

Тема 3. Економічне районування та територіальна організація господарства

Тема 4. Регіональна економічна політика

Тема 5. Господарський комплекс України, його структура і трансформація в ринкових умовах

Тема 6. Природний та трудоресурсний потенціал України
Тема 7. Міжгалузеві господарські комплекси та
регіональні особливості їх розвитку і розміщення
Тема 8. Економіка України як єдність регіональних
соціально-економічних систем
Тема 9. Економіка регіонів України: стан та перспективи розвитку
Тема 10. Міжнародні економічні зв'язки України
та її інтеграція в європейські та інші світові структури
Тема 11. Фактори сталого розвитку продуктивних сил
Тема 12. Конкурентоспроможність регіонів України
Тема 13. Основи регіонального маркетингу
Змістовий модуль 2. Екологія
Тема 14. Наукові засади раціонального природокористування
Тема 15. Екологічний моніторинг і система екологічної інформації
Тема 16. Економічний механізм природокористування
та охорони навколишнього середовища
Тема 17. Економічна і соціальна ефективність природоохоронної діяльності

Література

Основна

1. Регіональна економіка. Навчальний посібник / Тараненко І.В., Дашевська О.В., Литвиненко О.Г., Яременко С.С., Мішустіна Т.С., Охінько О.В. – Київ: Кондор, 2013. – 261 с. (базовий підручник).
2. Макарова Н.С. Економіка природокористування: навч.посібник./ Н.С. Макарова, Л.Д. Гармідер, Л.В. Михальчук– К.: ЦУЛ, 2007. – 322 с.
3. Регіональна економіка. Посібник для самостійної роботи та практичних занять. Робочий зошит. / Тараненко І.В., Дашевська О.В., Литвиненко О.Г., Яременко С.С. – Д.: Вид-во ДУЕП. – 2010. – 216 с.
4. Hoover, Edgar M. and Giarratani, Frank, "An Introduction to Regional Economics" (2020). Web Book of Regional Science. 4. https://researchrepository.wvu.edu/rri-web-book/4

Додаткова

1. Дорогунцов С.І. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: Підручник / С.І. Дорогунцов, Т.А. Заєць, Ю.І. Пітюренко та ін. – К.:КНЕУ, 2005. – 988 с.
2. Екологічне право України: Підручник / [А.П. Гетьман, М.В. Шульга, В.К. Попов та ін.]; за
ред. А.П. Гетьмана та М.В. Шульги. – Х.: Право, 2005. – 384 с.
3. Злобін Ю.А. Загальна екологія: Навчальний посібник. / Ю.А. Злобін, Н.В. Кочубей. – Суми:
ВТД «Університетська книга», 2003. - 416с.
4. Лишиленко В.І. Регіональна економіка: Підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В.І. Лишиленко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 384 с.
5. Лишиленко В.І. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: Навч. посібник / В.І. Лишиленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 325с.
6. Регіональна економіка: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.Ф. Савченко;
М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – К.: Кондор, 2012. – 339 с.
7. Регіональна економіка: Навч. посіб. для студентів ВНЗ, фахівців, науковців / Шевчук Л.Т. –
К., 2011. – 319 с.

8. Регіональна економіка: підручник / М-во освіти і науки України; за ред. Є. П. Качана. – К.:
Знання, 2011. – 670 с.
9. Розміщення продуктивних сил України: Підручник / За ред. проф. Є. П. Качана. – К.: ВД «Юридична книга», 2004. – 552 с.
10. Чернюк Л.Г. Економіка регіонів (областей) України: Навч. посібник / Л.Г. Чернюк. К.: ЦНЛ,
2002. – 642 с.
11. Pike A., Rodríguez-Pose A. and Tomaney J. Handbook of Local and Regional Development. – Routledge, 2010.

Інформаційні ресурси

www.ukrstat.gov.ua

Політика курсу

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять. Роботи (індивідуальне завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-3 бали).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час тестування заборонено (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Плагіат є забороненим.

Політика щодо відвідування студентів. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції, практичного заняття (у одногрупників чи з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється відволікати одногрупників та викладача, вмикати чи вимикати електронне обладнання без дозволу викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, а також телефонні розмови. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов’язати студента написати пояснювальну записку на ім’я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Назва дисципліни: Фінанси, гроші та кредит

Анотація :

Метою курсу є формування базових знань з теорії фінансів, грошей та кредиту , засвоєння закономірностей їх функціонування на макро- і мікрорівнях як теоретичної основи фінансової політики і розвитку фінансової та грошово – кредитної системи.

Зміст компетентностей:

– здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
– здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
– здатність планувати та управляти часом;
– здатність спілкуватися іноземною мовою;
– навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
– здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
– здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
– здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
– здатність бути критичним і самокритичним;
– здатність працювати у команді;
– здатність спілкуватися з представниками інших професій груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
– здатність працювати автономно;
– здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;
– здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	3	4,5 / обов’язкова	Болгар Т. М., д.е.н., професор	135 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 73 год. самостійної роботи, 14 год. інд. роботи, 6 год. консулат.)

Результати навчання	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
Знати і розуміти	Лекція	Участь у дискусії.

теоретичні основи та принципи фінансової науки, особливості функціонування фінансових систем	Дискусія Практичне завдання	Пояснення зв'язків, залежностей, вирішення проблемних завдань
Визначати особливості функціонування сучасних світових та національних фінансових систем та їх структури	Лекція Практичне завдання	Пояснення зв'язків, залежностей, вирішення проблемних та ситуаційних завдань
Знати механізм функціонування державних фінансів, у т.ч. бюджетної та податкової систем, фінансів суб'єктів господарювання, фінансів домогосподарств, фінансових ринків, банківської системи та страхування	Проблемна лекція Вирішення задач Виконання вправ	Тести, дискусія, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, вирішення проблемних та ситуаційних завдань
Володіти методичним інструментарієм діагностики стану фінансових систем (державні фінанси, у т.ч. бюджетна та податкова системи, фінанси суб'єктів господарювання, фінанси домогосподарств, фінансові ринки, банківська система та страхування)	Лекція, дискусія за матеріалами лекції, аналіз конкретних ситуацій (case-study)	Презентація кейс стаді. Вирішення проблемних ситуацій та розрахунково-аналітичних задач
Розуміти принципи, методи та інструменти державного та ринкового регулювання діяльності в сфері фінансів, банківської справи та страхування	Лекція Робота в малих групах Ділова гра	Дискусія, презентація в малих групах. Участь у діловій грі.
Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання економічних даних, збирати та аналізувати необхідну фінансову інформацію, розраховувати показники, що характеризують стан	Лекція Вирішення задач Виконання вправ	Дискусія, тести, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, вирішення проблемних та ситуаційних завдань

фінансових систем		
Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань	Лекція Практичне завдання	Обговорення матеріалів лекційних занять, виконання навчальних завдань, тестування, вирішення розрахунково-аналітичних, проблемних та ситуаційних завдань

Оцінка

Підсумкова оцінка за дисципліною виставляється за 100-бальною шкалою.
60 балів – за змістовими модулями та формами діагностики:

Модулі, теми та форми діагностики	Максимальна кількість балів
Змістовий модуль 1	
Тема 1,2 практичні завдання	5
Тема 3,4 практичні завдання	5
Тема 5,6,7 практичні завдання	10
Підсумкова модульна робота	10
Змістовий модуль 2	
Тема 8,9 практичне завдання	3
Тема 10,11 практичні завдання	3
Тема 12,13 практичне завдання	4
Тема 14 практичне завдання	4
Підсумкова модульна робота	6
Індивідуальне завдання 1/2	5/5
Усього за роботу на практичних заняттях	60

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Екзамен проводиться за єдиним білетом у вигляді письмової роботи за британськими стандартами, білет містить теоретичні питання та розрахунково-аналітичні завдання.

Зміст

Змістовий модуль 1. Основи фінансових відносин. Державні фінанси

Тема 1. Предмет фінансової науки як пізнання сутності фінансів

Тема 2. Бюджет. Бюджетна система

Тема 3. Державні цільові фонди

Тема 4. Фінанси суб’єктів господарювання. Фінанси домогосподарств

Тема 5. Податки. Податкова система

Тема 6. Страхування. Страховий ринок

Тема 7. Фінансовий ринок

Змістовий модуль 2 Гроші і грошові системи

Тема 8. Сутність грошей, грошова маса та грошовий ринок

Тема 9. Валютний ринок та валютні системи

Тема 10. Інфляція та грошові реформи

Тема 11. Фінансові посередники грошового ринку
Тема 12. Центральні банки
Тема 13 Комерційні банки
Тема 14. Активні та пасивні операції комерційних банків Теоретичні засади процента

Література

Основна

1. Теорія фінансів: Підручник / За ред. проф. В.М. Федосова, С.І. Юрія. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 576 с. (базовий підручник)
2. Фінанси: підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. / За ред. С. І. Юрія, В. М. Федосова. — Київ: Знання, 2012. – 687 с.
3. Щетинін А.І. Гроші та кредит. – Підручник: Вид. 2-е, перероб. та доп. – Київ: ЦНЛ, 2008. -432 с. (базовий підручник).
4. Коваленко Д. І. Деньги и кредит: теория и практика: Навч. пособие. 3-тє вид. допов. и перероб. - К.: Центр учебной литературы, 2011. - 352 с.
5. Jesús Huerta de Soto. Money, Bank Credit, and Economic Cycles. Translated from Spanish by Melinda A. Stroup. Second edition. First Spanish edition 1998, Dinero, Crédito Bancario y Ciclos Económicos, Unión Editorial, Madrid. Second Spanish edition 2002, Unión Editorial, Madrid. Third Spanish edition 2006, Unión Editorial, Madrid. First English edition 2006. Second English edition 2009. Ludwig von Mises Institute. 518 West Magnolia Avenue, Auburn, Alabama 63832-4528. ISBN: 978-1-933550-39-8. (базовий підручник для МЕКангл.)
6. Практикум з дисципліни «Гроші та кредит»/ Укладачі Кузнецова С.А., Штанько О.Д., Євтушенко О.А., Пестовська З.С. – Дніпропетровськ, 2014.
7. Money and credit (for non-financial specialties) [навчальний посібник] / S. Kuznetsova, O. Evtushenko, Z. Pestovska; science ed. S. Kuznetsova. – Dnepropetrovs'k: Alfred Nobel University Dnepropetrovs'k, 2014. - 124 p.

Додаткова

1. Загорський В.С., Вовчак О.Д., Благун І.Г., Чуй І.Р. Фінанси. / В.С. Загорський, О.Д. Вовчак, І.Г. Благун, І.Р. Чуй. - К.: Знання, 2008. - 247с.
2. Захарченков С. Фінанси. UA. / С. Захарченков. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор, 2008. –256 с.
3. Карлін М.І. Фінанси Украни та сусідніх держав: Навч. посіб. / М.І. Карлін. – К.: Знання, 2007. – 589 с.
4. Мочаліна З.І., Склярук Н.І. Фінанси: Навчальний посібник. / З.І. Мочаліна, Н.І. Склярук. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 392 с.
5. Методичні матеріали щодо організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Гроші та кредит »/ Укладач Євтушенко О.А., Горячкіна Ю.В., Якименко А.І., Бершадська І.М. – Дніпропетровськ, 2009
6. Гроші та кредит: Підручник / за ред. Б.С. Івасіва. — Тернопіль: Карт-Бланш, 2009. – 404 с.
7. Михайленко В.С. Гроші та кредит: Навч. посібник для дистанційного навчання / К.: Вид-во "Університет "Україна", 2008. - 372 с. Розвиток фінансових відносин в Україні: монографія / авт. кол. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. Р. Ф. Пустовійта і канд. екон. наук, доц. Л. С. Мартюшевої. – К.: УБС НБУ, 2012. – 314 с.
8. Фінанси: курс для банкірів: підручник / авт. кол.; за ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Тридіда, д-ра екон. наук, проф. О. Б. Жихор. – К.: УБС НБУ, 2012. – 507 с.
9. Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України: Колективна наукова монографія / О. А. Кириченко, С. А. Єрохін та ін.; Під наук. ред. д.е.н., проф. О. А. Кириченко. – К.: Національна академія управління, 2008. - 252 с.
10. Семко Т.В., Руденко М.В. Гроші та кредит у схемах і таблицях. Навчальний

посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 158 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Офиційний сайт НБУ [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.bank.gov.ua/bank_supervision/Dynamics/2001–last.htm/
2. Закон України: //Про банки і банківську діяльність // Урядовий кур'єр 17 січня 2001.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
4. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nssmc.gov.ua/ Господарський кодекс України: за станом на 02.06 2016 р. №1405-VIII. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15.
5. Закон України «Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні»: за станом на 23.12. 2010 № 2856-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2939-12/ed20120429.
6. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної податкової служби та у зв'язку з проведенням адміністративної реформи в Україні»: за станом на 14.10.2014 № 1700-VII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5083-17.
7. Закон України «Про Національний банк України»: за станом на на 01.05.2016 № 679-XIV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/679-14.
8. Податковий кодекс України: за станом на 01.08.2016 N 2755-VI / Верховна Рада України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.
9. Положення «Про Державну комісію з цінних паперів та фондового ринку»: за станом на 07.04.2015 № 1063/2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1063/2011
10. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text.

Політика курсу

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять (лікарняні, мобільність і т.ін.): роботи, які здаються здобівачами з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку; перескладання модулів відбується за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний, мобільність і. т.ін.).

Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості, здійснюється за британськими стандартами за єдиним білетом.

Якщо здобувач за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.

Причиною недопущення здобувача до екзамену може бути також наявність фінансової заборгованості.

Здобувач вищої освіти має право на апеляцію результатів підсумкового контролю. Здобувач подає заяву на ім'я проректора із забезпечення якості вищої освіти протягом трьох робочих днів з дати оголошення результатів. У заяві слід вказати факти некоректності питань або необхідних відповідей на них, їх виходу за рамки програми, порушення викладачем процедури проведення контролю або недотримання ним описаної в програмі дисципліни методики виведення оцінки.

В результаті розгляду апеляції раніше виставлена оцінка може бути збережена, а може бути змінена як у бік підвищення, так і в бік зниження.
Здобувачі мають право складати *екзамени та заліки* з метою підвищення підсумкової оцінки з одної дисципліни у семестр за заявою.
Здобувачі вищої освіти мають право виражати власну думку і не погоджуватися з трактуванням подій, які висвітлюються в межах програмного матеріалу, але вони зобов'язані вивчити необхідний обсяг матеріалу згідно з вимогами до предмету. Здобувачі повинні нести відповідальність за виконання необхідних вимог до курсу і оволодіння необхідною кількістю знань.

Політика щодо забезпечення академічної доброчесності

Під час опанування дисципліни здобувачі повинні дотримуватися академічної доброчесності. Відповідно до Закону України «Про освіту» *академічна доброчесність* – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.
Плагіат, академічна доброчесність: усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
Від здобувачів вимагається:
– самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
– посилання на джерела інформації під час виконання дослідницької роботи;
– відсутність запозичень інформації (списування) при написанні письмових робіт;
– дотримання етичної поведінки по відношенню до інших здобувачів, викладачів та інших співробітників університету.
У разі порушення цих вимог, викладач має право звернутись для розгляду ситуації до Комісії з питань академічної доброчесності.
У разі неетичної поведінки викладача (образлива поведінка, сексуальні домагання, несправедливе оцінювання та ін.) здобувач також має право звернутись з заявою до Комісії з питань академічної доброчесності.

Політика щодо поведінки в аудиторії

Під час вивчення курсу від здобувачів вимагається:
– відвідування не менше як 75% аудиторних занять (лекції, практичні);
– виконання вимог викладача курсу, завдань, які направлені на досягнення визначених результатів навчання;
– виконання вимог з охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки;
– дотримання порядку в аудиторії, поводження під час занять з повагою до інших присутніх;
– відсутність запізнень на заняття.

Критерії підсумкової оцінки:		
90-100	A	Здобувач демонструє теоретичні знання, що стосуються фінансової діяльності організацій, банківських, страхових установ, демонструє добре розуміння їх призначення, має аналітичні навички щодо розкриття їх ролі у вітчизняних та міжнародних відносинах. Обґрунтовує свою думку.
82-89	B	Здобувач демонструє теоретичні знання, що стосуються фінансової діяльності організацій, банківських, страхових установ, демонструє добре розуміння їх призначення, має аналітичні навички щодо розкриття їх ролі у вітчизняних та міжнародних відносинах. Не обґрунтовує своєї думки.
75-81	C	Здобувач демонструє теоретичні знання, що стосуються фінансової діяльності організацій, банківських, страхових установ, демонструє добре розуміння їх призначення, не має достатніх аналітичних навичок для розкриття їх ролі у вітчизняних та міжнародних відносинах.
67-74	D	Здобувач демонструє теоретичні знання, що стосуються фінансової діяльності організацій, банківських, страхових установ, демонструє поверхневе розуміння їх призначення, не має достатніх аналітичних навичок для розкриття їх ролі у вітчизняних та міжнародних відносинах.
60-66	E	Здобувач демонструє теоретичні знання, що стосуються фінансової діяльності організацій, банківських, страхових установ, демонструє нерозуміння їх призначення, не має достатніх аналітичних навичок для розкриття їх ролі у вітчизняних та міжнародних відносинах.
35-59	FX	Здобувач показує недостатнє розуміння питань, не надає необхідної інформації щодо поставленого питання і наводить непотрібну інформацію. Есе занадто коротке.
1-34	F	Здобувач не демонструє будь-які знання або розуміння поставленого питання, характеризується тотальним нерозумінням предмету. Більша частина матеріалу в есе не має ніякого значення.

Критерії оцінки модульної контрольної роботи з розрахунковою частиною:
90-100% зараховується, якщо:
Здобувач здатний сформулювати добре обґрунтовану думку з питання.
Робота відображає власну точку зору здобувача, є елемент новизни.
Здобувач демонструє відмінне використання відповідних даних і прикладів.
Здобувач здатен зробити розрахунки правильно; демонструє послідовність дій; детально пояснює, усвідомлено використовує методи.
75-89% зараховується, якщо: здобувач демонструє добрі знання з обговорюваного питання. Здобувач добре аргументує свою відповідь. Використовує відповідні дані і приклади. Здобувач здатен зробити розрахунки правильно; демонструє послідовність дій, детально пояснює, в більшості випадків усвідомлено використовує методи.
60-74% зараховується, якщо:
Здобувач наводить обмежені аргументи у відповіді; не використовує достатньо даних в роботі.
Здобувач робить розрахунки правильно, але демонструє не повну послідовність дій.

1-59% зараховується, якщо:
Здобувач не розуміє проблему і питання. Важлива інформація була упущена. Наводить інформацію, що не стосується питання.
Розрахунки є неправильні; здобувач демонструє здатність правильно зробити розрахунки в певній частині, але не демонструє послідовність дій.
Деякі матеріали в роботі не стосуються питання.
Нездатність здійснити розрахунки. При розрахунках використовуються неправильні методи.

Критерії оцінки знань здобувачів під час екзамену

Письмова контрольна робота або тестування (40 балів)	Критерії оцінки
30-40	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
23-29	В цілому володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
18-22	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
1-17	Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.

Загальні критерії оцінювання

Оцінка за національною (чотирибальною) шкалою	Шкала рейтингу Університету імені Альфреда Нобеля	Оцінка за шкалою ЄКТС	Характеристики представленої здобувачем відповіді
5 (відмінно)	90-100	A	- Відповідь безпосередньо стосується поставленого питання або проблеми.

			- Представляє цілісну аргументацію, що демонструє поглибленні знання. - Критично оцінює концепції і теорії. - Співвідносить теорію з практикою - Демонструє власні аргументи студента, які не є простим повторенням типової лекції чи довідкових матеріалів. - Відсутні помилки. - Є елемент новизни, оригінальності - Відповідь свідчить про те, що здобувач читав додаткові джерела. - Демонструє знання різноманітних підходів до вирішення проблеми. - Відповідь містить оцінку методологічних аспектів, студент демонструє усвідомленість обмеженості наявних знань. - Демонструє уміння відмінно використовувати відповідні дані і приклади, з відповідним цитуванням і посиланням. - Правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. - Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, - Може аналізувати та співставляти дані на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. - За час навчання при проведенні практичних /лабораторних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань/ курсовому проектуванні проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються.
4 (дуже добре)	82-89	B	- Відповідь безпосередньо стосується поставленого питання або проблеми.

			- Представляє цілісну аргументацію, що демонструє знання відповідної інформації. - Демонструє деяку здатність оцінювати концепції і теорії, і співвідносити теорію з практикою. - Демонструє власні аргументи, які не є простим повторенням типової лекції чи довідкових матеріалів. - Відсутні будь-які серйозні помилки або упущення. - Відповідь свідчить про те, що студент читав додаткові джерела. - Демонструє знання різноманітних підходів до вирішення проблеми. - Демонструє уміння добре використовувати відповідні дані і приклади, з відповідним цитуванням і посиланням. - Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. - За час навчання при проведенні практичних /лабораторних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань/ курсовому проектуванні та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.
4 (добре)	75-81	С	- Відповідає на питання, але дає лише виклад базових аргументів і доказів, які пропоновані в лекціях і рекомендованих джерелах. - Відповіді зрозумілі, вірні, але з обмеженнями. - Є деякі незначні упущення і неточності, але без серйозних помилок. - Вміє пояснити основні положення виконаних завдань, та дати правильні відповіді про зміну результату при заданій зміні вихідних параметрів. - Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними.

			- Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення для практичних /лабораторних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань/ курсовому проектуванні в межах дисципліни, що вивчається.
3 (задовільно) 3 (достатньо)	67-74 60-66	D E	- Відповідь має недостатню аргументацію і докази. - Відповідь неповна. - Є деякі помилки у відповіді. - Частини питання залишаються без відповіді. - Відповіді можуть бути надмірно короткими і, можливо, у вигляді приміток. - Може вирішувати подібні завдання тим, що розглядались з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати з допомогою викладача. - Здобувач з труднощами пояснює правила вирішення практичних/ розрахункових завдань дисципліни. - Виконання практичних /лабораторних / контрольних / індивідуальних завдань, курсового проекту/ роботи значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
2 (незадовільно)	35-59	FX	- Відповіді не вистачає цілісного розуміння проблем, піднятих в питанні. - Важлива інформація була упущена у відповіді і є частини, які не стосуються питання. - Відповіді занадто короткі. - Здобувач може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його

			відповіді під час практичних і лабораторних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. - Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутня.
2 (незадовільно)	1-34	F	- Не демонструє будь-яких знань або розуміння проблем, піднятих у цьому питанні. - Показує фундаментальне нерозуміння предмета. - Велика частина матеріалу відповіді не стосується питання. - Знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними.

Назва дисципліни: Менеджмент і адміністрування «Менеджмент»

Анотація:

Мета дисципліни – сформувати систему теоретичних знань та практичних навичок організації стратегічної діяльності та практичних навичок використання конкретних моделей та методів стратегічного менеджменту, заснованих на системному підході до формування сучасного світогляду, функціонування та еволюції організацій.

Зміст компетентностей

- Здатність визначати та описувати характеристики організації.
- Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
- Здатність визначати перспективи розвитку організації.
- Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.
- Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту,
- Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.
- Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
- Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.
- Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.
- Здатність оцінювати роботи, що виконуються та забезпечувати їх якість, мотивувати персонал організації.
- Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
- Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр. / англ.	III	6 / основні	Момот В.Є., д.е.н., проф.	180 год. (28 год. лекцій, 28 год. практичних занять, 124 год. самостійної роботи)

Результати навчання	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 1.1. Знає основні методи планування робочого часу;	Лекція Дискусія Робота в малих групах	Участь в дискусії Усні відповіді на запитання Презентація в малих групах
РН 1.2. Знає правила організовування та проведення нарад та зборів;	Лекція Кейс стаді	Тестування Презентація кейс стаді
РН 1.3. Знає основні вимоги до	Лекція	Усні відповіді на

робочого місця менеджера;	Практичне завдання	запитання Оцінювання доповідей студентів Тест
РН 1.4. Знає основні прийоми раціонального читання	Лекція Кейс стаді	Усні відповіді на запитання
РН 2.1. Може проводити аналіз та облік використання робочого часу;	Проблемна лекція Кейс стаді Проблемні ситуації	Презентація кейс стаді Вирішення проблемних ситуацій
РН 2.2. Може визначати власний біологічний ритм роботи та враховувати біологічний ритм в роботі своїх підлеглих	Лекція Кейс стаді	Усні відповіді на запитання
РН 2.3. Може формувати особисті та професійні цілі використовуючи правила постановки цілей	Лекція Практичне завдання	Оцінювання доповідей студентів
РН 2.4. Може формувати потоки документів, організовувати порядок проходження і виконання документів; проводити самоконтроль витрат часу	Проблемна лекція Кейс стаді Проблемні ситуації	Презентація кейс стаді Вирішення проблемних ситуацій
РН 2.5. Проводити аналіз та облік використання робочого часу	Лекція Кейс стаді	Усні відповіді на запитання
РН 3.1. Може успішно працювати в команді, у тому числі приймати різні ролі на базі знань методів і моделей прийняття рішень;	Проблемна лекція Вирішення задач	Пояснення розв’язання задач
РН 3.2. Може організувати конструктивне колективне обговорення проблем та сприяти прийняттю оптимальних рішень щодо досягнення цілей і завдань організації	Проблемна лекція Вирішення задач	Презентація кейс стаді Вирішення проблемних ситуацій
РН 3.3. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення, критично відноситись до як до інших, так і до себе	Проблемна лекція Кейс стаді Робота в малих групах	Презентація кейс стаді Вирішення проблемних ситуацій
РН 4.1. Усвідомлює та розуміє необхідність навчання протягом	Лекція Кейс стаді	Презентація кейс стаді Презентація результатів

життя, спроможне організувати процес навчання інших осіб;	Робота в малих групах	роботи в малих групах
РН 4.2. Вміє самостійно працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами соціально-економічного спрямування;	Проблемна лекція Кейс стаді Виконання вправ Виконання дослідницького проекту	Презентація кейс стаді Оцінювання результатів вправ Презентація результатів дослідницького проекту
РН 4.3. Розуміє потреби систематичного підвищення своєї професійної кваліфікації та співробітників	Лекція Виконання дослідницького проекту	Презентація результатів дослідницького проекту

Оцінка

Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою.
60 балів за змістовими модулями та формами діагностики:

Модулі, теми та форми діагностики	Максимальна кількість балів
Змістовий модуль 1	30
Тема 1, опитування, дискусія	1
Тема 2 опитування, доповідь, комп'ютерне тестування	2
Тема 3, опитування розв'язування ситуацій	1
Тема 4, опитування, участі у діловій грі	2
Тема 5, опитування, дискусія, письмова відповідь на запитання	1
Підсумкова модульна робота	20
Змістовий модуль 2	30
Тема 6, опитування, пояснення зв'язків, залежностей, ходу роз'яснення ситуаційних завдань письмова відповідь на запитання, розв'язування задач	1
Тема 7, опитування, пояснення зв'язків, залежностей, ходу роз'яснення ситуаційних завдань, Комп'ютерне тестування	2
Тема 8, опитування, пояснення зв'язків, залежностей, ходу роз'яснення ситуаційних завдань, Презентація результатів самостійної роботи	1
Тема 9, опитування, участі у діловій грі, Комп'ютерне тестування	2
Тема 10, опитування, доповідь, письмова відповідь на запитання	1
Підсумкова модульна робота	20
Усього за роботу на практичних заняттях	60

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). екзамену проводиться у вигляді письмової роботи, що містить завдання з тестів та аналізу ситуацій.

Зміст

Змістовий модуль 1. *Сутність менеджменту*

Тема 1. *Сутність, роль та методологічні основи менеджменту*
Тема 2. Історія розвитку менеджменту
Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту
Тема 4. Функції менеджменту
Тема 5. Процес управління

Змістовний модуль 2 *Процеси управління організаціями*

Тема 6. Планування як загальна функція менеджменту
Тема 7. Організування як загальна функція менеджменту
Тема 8. Мотивування як загальна функція менеджменту
Тема 9. Контролювання як загальна функція менеджменту
Тема 10. Регулювання як загальна функція менеджменту

Змістовний модуль 3 *Управління ефективністю организації*

Тема 11. Інформація і комунікації в менеджменті
Тема 12. Керівництво та лідерство
Тема 13. Ефективність менеджменту

Література

Основна

1. Ґріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук.ред. В.Яцура,Д.Олесневич.-Львів: Бак, 2019.- 624 с.
2. Кузьмін О.Є, Мельник О.Г Основи менеджменту:Підручник.- К.: “Академвидач”, 2018.-416 с. 3. Практикум з менеджменту: Навч. посіб./Баєва О.В., Новальська Н.І., Згалат-Лозинська Л.О., Лайко Г.П..-К.: МАУП, 2016.-Частина 2.-178 с.
3. Сладкевич В.П., Чернявский А.Д. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций.-К.: МАУП, 2019.-152 с.
4. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник.-К.: Академвидав, 2019.- 608 с.

Додаткова

1. Сумець О. М. Стратегії управління бізнесом [Текст] : навч. посіб. [для студентів спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" і 051 "Економіка"] / О. М. Сумець, В. М. Власовець ; Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. Петра Василенка. - Харків : Планета-Прінт, 2018. - 119 с. : рис., табл
2. Сазонець О. М. Управління міжнародним бізнесом [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / О. М. Сазонець ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2019. - 337 с. : рис., табл.
3. Долгальова О. В. Управління малим бізнесом [Текст] : підручник / О. В. Долгальова, О. В. Балабенко ; Донбас. нац. акад. буд-ва і архіт. - Краматорськ : Цифрова типографія, 2018. - 299 с. : рис., табл.

Політика курсу

• *Політика оцінювання*

Здобувач не може отримати екзаменаційну оцінку "автоматом" – без складання екзамену. Студент допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не *менше 36 балів.* Якщо за результатами оцінювання роботи студента на семінарських заняттях студент отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані

студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до екзамену з оцінкою роботи на семінарських заняттях 36 балів.

Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.

Причиною недопущення здобувача до екзамену може бути також наявність фінансової заборгованості.

Здобувач вищої освіти має право на апеляцію результатів підсумкового контролю. Здобувач подає заяву на ім'я проректора із забезпечення якості вищої освіти протягом трьох робочих днів з дати оголошення результатів. У заяві слід вказати факти некоректності питань або необхідних відповідей на них, їх виходу за рамки програми, порушення викладачем процедури проведення контролю або недотримання ним описаної в програмі дисципліни методики виведення оцінки.

В результаті розгляду апеляції раніше виставлена оцінка може бути збережена, а може бути змінена як у бік підвищення, так і в бік зниження.

Здобувачі мають право складати *екзамени та заліки* з метою підвищення підсумкової оцінки з одної дисципліни у семестр за заявою.

Здобувачі вищої освіти мають право виражати власну думку і не погоджуватися з трактуванням подій, які висвітлюються в межах програмного матеріалу, але вони зобов'язані вивчити необхідний обсяг матеріалу згідно з вимогами до предмету. Здобувачі повинні нести відповідальність за виконання необхідних вимог до курсу і оволодіння необхідною кількістю знань.

• *Політика щодо забезпечення академічної доброчесністі*

Під час опанування дисципліни здобувачі повинні дотримуватися академічної доброчесності. Відповідно до Закону України «Про освіту» *академічна доброчесність* – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

Від здобувачів вимагається:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилання на джерела інформації під час виконання дослідницької роботи;
- відсутність запозичень інформації (списування) при написанні письмових робіт;
- дотримання етичної поведінки по відношенню до інших здобувачів, викладачів та інших співробітників університету.

У разі порушення цих вимог, викладач має право звернутись для розгляду ситуації до Комісії з питань академічної доброчесності.

У разі неетичної поведінки викладача (образлива поведінка, сексуальні домагання, несправедливе оцінювання та ін.) здобувач також має право звернутись з заявою до Комісії з питань академічної доброчесності.

Політика щодо поведінки в аудиторії

Під час вивчення курсу від здобувачів вимагається:

1) відвідування не менше як 75% аудиторних занять (лекції, практичні); 2) виконання вимог викладача курсу, завдань, які направлені на досягнення визначених результатів навчання; 3) виконання вимог з охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки; 4) дотримання порядку в аудиторії, поводження під час занять з повагою до інших присутніх; 5) відсутність запізнень на заняття.

Назва дисципліни: Статистика

Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються):
Метою курсу є ззасвоєння теоретичних і практичних знань статистики, оволодіння навичками статистичних досліджень, аналізу та прогнозування результатів.

Зміст компетентностей

- Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання.
- Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій на основі економіко-математичних моделей і методів, пакетів прикладних програм.
- Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації.
- Здатність працювати в команді та автономно, міжособистісної взаємодії.
- Здатність розмежовувати існуючі підходи до визначення тенденцій розвитку масових явищ, організовувати процес статистичного дослідження та визначати його оціночні параметри залежно від завдань, поставлених для дослідження.
- Здатність розмежовувати існуючі підходи до визначення тенденцій розвитку масових явищ.
- Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в предметній області, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	IV	5 / обов’язкова	Вареник В. М., к.е.н., доц.	150 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 108 год. самостійної роботи)

Результати навчання	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
мати базові знання про проведення статистичних досліджень підприємств, установ, організацій;	Лекція Дискусія Робота в малих групах	Участь у дискусії Тест Презентація в малих групах
мати уміння об’єктивно оцінювати та аналізувати інформацію, орієнтуватися у нормативних актах, уміти застосовувати результати статистичного дослідження в предметній області;	Лекція Практичне завдання	Розв’язування задач Пояснення зв’язків, залежностей, ходу роз’яснення задач

уміння висловлюватись чітко, не обмежуючи того, що необхідно сказати, володіти навичками ведення дискусій, дебатів, круглих столів, висловлювати власну думку та обґрунтовувати її;	Проблемна лекція Вирішення задач Виконання вправ	Пояснення зв'язків, залежностей, ходу роз'яснення задач Оцінювання результатів вправ
уміти самостійно обирати методи та прийоми вивчення та аналізу інформації;	Проблемна лекція Кейс стаді Проблемні ситуації	Презентація кейс стаді Вирішення проблемних ситуацій
мати схильність до професійного саморозвитку;	Проблемна лекція Робота в малих групах	Пояснення розв'язання задач Презентація в малих групах
знати, як використовувати знання, щоб визначити алгоритм дослідження та прийняти рішення за результатами статистичного вивчення процесів.	Кейс стаді Ділова гра	Презентація кейс стаді Участь в діловій грі

Оцінка

Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою.
60 балів за змістовими модулями та формами діагностики:

Модулі, теми та форми діагностики	Максимальна кількість балів
Змістовий модуль 1	
Тема 1,2 практичні завдання	6
Тема 3,4 практичні завдання	6
Тема 5,6 практичні завдання	6
Тема 7,8 практичне завдання	6
Тема 9,10 практичні завдання	6
Тема 11,12 практичне завдання	6
Підсумкова модульна робота	10
Індивідуальне завдання 1,2	7/7
Усього за роботу на практичних заняттях	60

Результати екзамену оцінюються в діапазоні від **0 до 40 балів (включно)**. екзамену проводиться у вигляді письмової роботи, що містить завдання з тестів та аналізу ситуацій.

Зміст

Тема 1. Методологічні основи статистики. Статистичне спостереження
Тема 2. Подання статистичних даних: таблиці, графіки, карти
Тема 3. Зведення та групування статистичних даних
Тема 4. Узагальнюючі статистичні показники
Тема 5. Аналіз рядів розподілу
Тема 6. Аналіз диференціації, концентрації та подібності розподілів
Тема 7. Вибірковий метод
Тема 8. Аналіз рядів динаміки
Тема 9. Аналіз тенденцій розвитку та коливань
Тема 10. Статистичні методи вимірювання взаємозв'язків
Тема 11. Індекси
Тема 12. Вибіркове спостереження

Література

Основна

1. Педченко Г. П. Статистика: Навчальний посібник / Г. П. Педченко. —Мелітополь: Колор Принт, 2018. — 266 с. (базовий підручник)
2. Горошанська О.О. Статистика: Практикум. / Харк. держ. університет харчування та торгівлі. – Харків, 2017.– 133 с.
3. Карпенко Л. М. Статистика: навч. посіб. / Л. М. Карпенко. – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2019. – 184 с.
4. Костюк В. О. Прикладна статистика: навч. посібник / В. О. Костюк; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 191 с. http://eprints.kname.edu.ua/41614/1/2015%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%20%2022%D0%9D%20%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87.%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf
5. Статистика для економістів: навчальний посібник./ Городянська Л.В., Сизов А.І.; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, військовий ін-т, каф. фінансового забезпечення військ. – К.: [Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка], 2019. – 350 с. https://mil.univ.kiev.ua/files/258_975646281.pdf

Додаткова

1. Mc Carney R, Warner J, Iliffe S, van Haselen R, Griffin M, Fisher P (2007). "The Hawthorne Effect: a randomized, controlled trial". BMC Med Res Methodol. 7 (1): 30. doi:10.1186/1471-2288-7-30. PMC 1936999. PMID 17608932.
2. D.A. Berry and B.W. Lindgren, Statistics, Theory and Methods, Duxbury Press, 2001, ISBN 0-534-50479-5.
3. J.A. Rice, Mathematical Statistics and Data Analysis, 2nd edition, Duxbury Press, 2000, ISBN 0-534-20934-3.
4. Freedman, D.A. (2005) Statistical Models: Theory and Practice, Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-67105-7.
5. Горкавий В. К. Статистика: [Навчальний посібник] / В. К.Гаркавий. – К.: НЛ, 2012. – 608 с.
6. Єріна, А. М. Теорія статистики: практикум / А.М. Єріна, З.О. Пальян. - 7-ме вид., стереотип. – К. : Знання, 2009. – 255 с.
7. Кулиніч О.І., Кулинич Р.О. Теорія статистики.- К.: Знання, 2008. – 294 с.
8. Мармоза А.Т. Практикум з математичної статистики: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2009. – 264 с.

9. Моторин Р.М. Статистика для економістів: Навчальний посібник /Р.М.Моторин, Е.В.Чекотовський. – К.: Знання, 2009. – 430 с.
10. Опря А.Т. Статистика: Навч. посібник. Рекомендовано МОН України. – К: «Ліра-К», 2012. – 448 с.
11. Педченко Г. П. Статистика: Навчальний посібник / Г. П. Педченко. — Мелітополь: Колор Принт, 2018. — 266 с.
12. Статистика. Загальна теорія статистики: Навчальний посібник / К.С. Степанкевич. - К.: Інститут економіки та права "КРОК", 2002. – 121 с.
13. Статистика: навчальний посібник / С.О. Матковський, Л.І. Гальків, О.С. Гринькевич, О.З. Сорочак. - Львів : Новий світ-2000, 2009. – 430 с.
14. Статистика: Навчальний посібник. / За ред. А.З. Підгорного. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт, 2013. – 106 с.
15. Статистика: Підручник/ С.С. Герасименко, А.М. Єріна та ін.; За наук. ред. д-ра екон. наук С.С. Герасименка. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 467 с.
16. Тарасенко І.О. Статистика: Навч. посібник.- К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 344 с.
17. Теорія статистики: навчальний посібник / М.В. Макаренко, І.М. Гойхман, О.О. Гладчук, О.В.Шуть. – К.: Кондор, 2010. – 236 с.
18. Ткач Є.І.Загальна теорія статистики: підручник / Є.І. Ткач, В.П.Сторожук.-К.:Центр учбової літератури, 2009. – 442 с.
19. Уманець Т.В. Економічна статистика: Навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 429 с.
20. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кігор В.П. та ін. Статистика: теоретичні засади і пикладні аспекти. Навчальний посібник.- Львів: «Інтелект-Захід», 2005. – 576 с.
21. Фещур Р.В., Барвінський А.Ф., Кігор В.П. та ін. Статистика: теоретичні засади і пикладні аспекти. Навчальний посібник.- Львів: «Інтелект-Захід», 2005. – 576 с.
22. Щурік М.В. Статистика: Навч. посібн. – 2-ге видання, оновлене і доповнене. – Львів: «Магнолія-2006», 2011. – 545 с.

Інформаційні ресурси в інтернет

1. Introduction to Statistics David Lane, https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/introduction-to-statistics
2. Introductory Statistics Douglas S. Shafer, Zhiyi Zhang, https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/introductory-statistics
3. Statistics https://www.oxfordfajar.com.my/higher-education/statistics/3366#returnurl=/higher-education/fundamentals-of-auditing/2353
4. Introductory Statistics https://openstax.org/details/books/introductory-statistics
5. Офіційний сайт Всесвітнього банку: – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.worldbank.org
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України фонду – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
7. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.imf.org
8. Офіційний сайт організації економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.oecd.org

Політика курсу

• Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять (лікарняні, мобільність і т.ін.) Роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10 балів). Перескладання модулів відбується за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний, мобільність і. т.ін.).

• Плагіат, академічна доброчесність, поведінка в аудиторії тощо. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Критерії оцінки модульної контрольної роботи з розрахунковою частиною:

90-100% зараховується, якщо:

Здобувач здатний сформулювати добре обґрунтовану думку з питання.

Робота відображає власну точку зору здобувача, є елемент новизни.

Здобувач демонструє відмінне використання відповідних даних і прикладів.

Здобувач здатен зробити розрахунки вірно; демонструє послідовність дій; детально пояснює, усвідомлено використовує методи.

75-89% зараховується, якщо: здобувач демонструє добрі знання з обговорюваного питання. Здобувач добре аргументує свою відповідь. Використовує відповідні дані і приклади. Здобувач здатен зробити розрахунки вірно; демонструє послідовність дій, детально пояснює, в більшості випадків усвідомлено використовує методи.

60-74% зараховується, якщо:

Здобувач наводить обмежені аргументи у відповіді; не використовує достатньо даних в роботі.

Здобувач робить розрахунки вірно, але демонструє не повну послідовність дій.

1-59% зараховується, якщо:

Здобувач не розуміє проблему і питання. Важлива інформація була упущена. Наводить інформацію, що не стосується питання.

Розрахунки є невірними; здобувач демонструє здатність правильно зробити розрахунки в певній частині, але не демонструє послідовність дій.

Деякі матеріали в роботі не стосуються питання.

Нездатність здійснити розрахунки. При розрахунках використовуються невірні методи.

Критерії оцінки знань здобувачів під час екзамену

Теоретичне завдання та практичні ситуації (40 балів)	**Критерії оцінки**
30-40	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання та правильно розв’язав практичні ситуації, обов’язково написав висновки згідно отриманих результатів.
23-29	В цілому володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні

	помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань та практичних ситуацій.
18-22	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних ситуацій, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань та практичних ситуацій, не розписав висновки отриманих результатів.
1-17	Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання та практичні ситуації.

Назва дисципліни: Маркетинг

Анотація

Мета курсу: формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо розробки та просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Основні компетентності, що формуються:

– здатність демонструвати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови і розвитку його теорії, знання категорійного апарату маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань.;

– здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію.

– здатність пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

– здатність застосовувати навички самостійної роботи, гнучке мислення, відкритість до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	4, 5	10/обов'язкова	Яременко С.С., к.е.н., доц.	300 год. (56 год. лекцій, 42 год. практичних занять, 172 год. самостійної роботи +30 год. Курсова робота)

Результати навчання:	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 3.1. Розуміє принципи побудови і розвитку теорії маркетингу. РН 3.2. Знає категорійний апарат маркетингу та сучасні тенденції у цій галузі знань. РН 3.3. Ідентифікує складові маркетингового середовища та елементи комплексу маркетингу РН 3.4. Визначає принципи сегментування ринку, вибору цільових сегментів та позиціонування. РН 12.1. Проводить сегментування ринку, вибір	Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Оцінка практичних навичок Участь у семінарі, тест, вирішення проблемних ситуацій

цільових сегментів та позиціонування.	робота	
РН 12.2. Розробляє план/програму маркетингових досліджень, використовувати сучасні методи збирання та аналізу маркетингової інформації	Лекція, дискусія, практичне заняття з розв'язуванням задач	Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест
РН 12.3. Використовує різні методи генерації ідей нових товарів	Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв'язуванням задач	Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест
РН 12.4. Розробляє програми стимулювання збуту продукції підприємства.	Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study)	Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій
РН 18.1. Активно працює у команді над створенням нових товарів, розробкою рекламних ідей чи програм просування.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест
РН 18.2. Коректно спілкується з оточенням, виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь в дискусії, мозковому штурмі, тест (Поточний контроль) Колоквіум
РН 21.1. Має навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;	Виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи	Курсова робота
РН 21.2. Набув здатностей формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей **РН 3.1-3.4, РН 12.1-12.4, РН 18.1-18.2, РН 21.1-21.2** **РН 3.1-3.4, РН 12.1-12.4, РН 18.1-18.2, РН 21.1-21.2**	Написання курсової роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	Екзамен

Оцінка

Підсумкова оцінка:

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 24 тести, 1 аналітичне завдання та 1 аналітично-розрахункову задачу)

60% Поточна оцінка:

10% участь у дискусії, мозковому штурмі

10% колоквіум

20% тест (вибір декількох)

10% розв'язуванням задач (письмово)

10% аналіз ситуацій (case-study)

Курсова робота оцінюється окремо, і її оцінка не включається до підсумкової оцінки курсу. Успішне заповнення курсової роботи є необхідною умовою допуску студента до екзамену.

Зміст

Тема 1. Сутність і зміст маркетингу. Формування теорії маркетингу

Тема 2. Маркетингове середовище

Тема 3. Види маркетингу та їх характеристики

Тема 4. Комплекс маркетингу. Принципи і функції маркетингу

Тема 5. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень

Тема 6. Сегментування ринку, вибір цільового ринку і позиціонування

Тема 7. Споживацькі ринки і споживацька поведінка

Тема 8. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики

Тема 9. Засади маркетингового ціноутворення

Тема 10. Теорія маркетингових комунікацій

Тема 11. Теорія маркетингової політики розподілу

Тема 12. Конкуренція, конкурентні сили і переваги. Конкурентоспроможність підприємства

Тема 13. Планування маркетингової діяльності та розробка стратегії маркетингу

Тема 14. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві

Література

Основна

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2010. – 712 с.

2. Петруня Ю.Є. Маркетинг: навчальний посібник / Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня. – К.: Знання, 2016. – 223 с.

Додаткова

3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. / Ф. Котлер. – М.: Изд-во Диалектика-Вильямс, 2020. – 496 с.

4. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.

5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. под ред Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2010. – 752 с.

6. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.; за ред. А.О. Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

7. Маркетингове управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо-, макрорівні: монографія / І.В. Тараненко, О.Ю. Мішустіна, С.С. Яременко [та ін.]. - Д.: Ун-т ім. А. Нобеля,

2017.
8. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management (2016). 15th ed. Prentice Hall, Pierson, 2016.
9. Principles of Marketing (14th Edition). – Philip Kotler, Gary Armstrong. – 740 p.
10. Pride W.M., Ferrell O.C. (2016) Marketing. 2nd ed. Cengage Learning, 2016.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
2. Компанія - http://www.ko.ru/
3. Маркетинг та маркетингові дослідження - http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як

правило не більше тижня)
Бере участь в практичних заняттях, дискусіях
Виконує всі модульні контрольні роботи
Демонструє добре знання поставленої проблеми
Призводить досить аргументовані відповіді
Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів
Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.
Студент отримує С, якщо:
Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення
Аргументи вірні, але обмежені / недостатні
Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.
Студент отримує D (E), якщо:
Виконує не менше 50% отриманих завдань
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань
У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання
Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Економіка підприємства та підприємництва				
Анотація: ***Метою*** вивчення навчальної дисципліни «Економіка підприємства та підприємництва» є формування у студентів системи теоретичних знань, вмінь та навичок практичної роботи щодо методів організації ефективного господарювання на рівні підприємства; набуття теоретичних і практичних знань щодо вирішення конкретних економічних завдань, які дозволили б їм найкращим чином досягти економічних цілей підприємства – одержання високих прибутків, вибір найбільш оптимальних рішень на перспективу. ***Завдання дисципліни*** - вивчити теоретичні основ економіки підприємства та підприємництва й подальшого їх використання для забезпечення високої ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства. У зв'язку з цим студенти вивчають концепцію функціонування підприємства, його ресурсне забезпечення, витрати підприємства та фактори їх зниження, фінансові результати та ефективність діяльності підприємства. У ході вивчення дисципліни формуються як **загальні компетентності** (здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність вчитися і бути сучасно навченим; здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність працювати у команді; навички міжособистісної комунікації; цінування та повага різноманітності та мультикультурності), так і **спеціальні** (використання отриманих знань для аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства відповідно до сучасних методик, здійснення облікову супроводу домашнього господарства; формування організаційної структури підприємства і планування бізнес-процесів на підприємстві; визначення порядку взаємовідносин фізичних і юридичних осіб з контролюючими органами).				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	2	5 / обов'язкова	Котко О. К., к.е.н., доц..	150 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 108 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**
1) знати термінологію і мати базові й структуровані знання у сфері економіки підприємства та підприємництва;		Лекція, семінар, дискусія за матеріалами лекції та вивчених літературних джерел		Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест
2) використовувати базові знання з економіки підприємства та підприємництва й уміння критичного мислення, аналізу та		Лекція, самостійна робота		Тестування, розгляд кейсу

синтезу в професійного цілях.		
3) може використовувати основні економічні інструменти і методики дослідження, інформаційні технології і методи збору даних для діагностики економічних процесів і на цій основі прийняти господарських рішень в діяльності підприємства;	Лекція, презентації	Тестування, контрольне завдання
4) вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємств і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів;	Лекція, самостійна робота	Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест
5) застосовувати набуті знання для виявлення, постанови та вирішення завдання в різних практичних ситуаціях в підприємницькій діяльності	Лекція, індивідуальна робота	Тестування, розгляд кейсу

Оцінка

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль.

60 балів поточного контролю складаються з:

15 балів – індивідуальне завдання (есе);
20 балів – комп'ютерне тестування;
15 балів – участь у дискусіях;
10 балів – презентації.

40 балів підсумкового контролю складаються з:

15 балів – аналіз кейсу;
15 балів – розв'язання задачі;
10 балів – комп'ютерне тестування.

Зміст

Тема 1. Теорії підприємств і основи підприємництва
Тема 2. Види підприємств, їх організаційно-правові форми
Тема 3. Зовнішнє середовище господарювання підприємств
Тема 4. Структура та управління підприємством
Тема 5. Ринок і продукція
Тема 6. Планування діяльності підприємства
Тема 7. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці
Тема 8. Капітал підприємства
Тема 9. Інвестиційна та інноваційна діяльність

Тема 10. Техніко-технологічна база і виробнича потужність підприємства

Тема 11. Організація виробництва і забезпечення якості продукції

Тема 12. Витрати на виробництво та реалізацію продукції

Тема 13. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

Тема 14. Розвиток підприємств: сучасні моделі, трансформація та реструктуризація

Література

Основна

1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навч.-метод. посібн. / М. В. Афанасьєв, О. Б. Плоха. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2017. – 320 с.
2. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – 3-є вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2002. – 528 с.
3. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посібн. /Л. І. Шваб. – К. : Каравела, 2005. – 568 с.
4. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. / І.М.Бойчик. – К.: Кондор - Видавництво, 2016. – 378 с.
5. 4. Бочко О. Ю. Основи планування діяльності підприємств невиробничої сфери : навч. посіб. / О. Ю. Бочко, В. Ф. Проскура. – К. : Ліра-К, 2014. – 218 с.
6. 5. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К. : Знання, 2013. – 446 с
7. 6. Гиль О. О. Економіка та організація діяльності об’єднань підприємств : навч. посіб. / О. О. Гиль. – К. : Ліра-К, 2015. – 248 с
8. 7. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – /В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
9. 8. Економіка підприємства./ За заг.ред. З.В. Герасимчук. – Луцьк: «Надстир’я», 2010.
10. 9. Заблоцький Б. Ф. Економіка і організація іноваційної діяльності : навч. посіб. / Б. Ф. Заблоцький. – 2-ге вид. – К. : Ліра-К, 2015. – 428 с

Додаткова

11. Карпунь І. Н. Санація підприємств : навч. посіб. / І. Н. Карпунь. – К. : ЛіраК, 2015. – 448 с
12. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: практикум / О. І. Ковтун. – К. : Ліра-К, 2014. – 308.
13. Круш П. В. Економіка (розрахунки фінансовоінвестиційних операцій в EXCEL) : навч. посіб. / П. В. Круш. – К.: Цул, 2014. – 256 с.
14. Лазебний В. С. Основи інтелектуальної власності : навч. посіб. / В. С. Лазебний, Г. М. Розорінов, С. В. Толюпа. – К. : Ліра-К., 2014. – 160 с.
15. Мороз В. С. Організація виробництва : навч. посіб. / В. С. Мороз, А. С. Тельнов. –К. : Ліра-К, 2015. – 256 с.
16. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств : підручник / О. О. Непочатенко. – К. : ЦУЛ, 2013. – 504 с.
17. Пєтухова О. М. Інвестування : навч. посіб. / О. М. Пєтухова. – К. : Цул, 2014. – 336 с.
18. Шарко М. В. Економіка пидприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко, Н. В. Мєшкова-Кравченко, О. М. Радкевич. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 436 с.
19. Яркіна Н.М. Я 74 Економіка підприємства : Навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К. : Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с.

Політика курсу

- Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою згідно «Положення про організацію освітнього процесу».
- Результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти входять як складові елементи до загальної (остаточної) оцінки знань здобувачів з певної дисципліни. Оцінка рівня роботи здобувача на практичних заняттях здійснюється в межах 60 балів.

- Здобувач допускається до іспиту, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів за умови виконання позитивно оціненого індивідуального завдання;
- Якщо за результатами оцінювання поточної роботи здобувач отримав менше 36 балів, він не допускається до іспиту. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до іспиту з оцінкою 36 балів.
- Результати іспиту оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Іспит проводиться у вигляді аналізу ситуації, розв'язання задачі, яка потребує проведення певних розрахунків (максимум 15 балів за виконання кожного завдання), та комп'ютерного тестування (20 тестів, 0,5 балу за кожну правильну відповідь). Екзамен проводиться без використання комп'ютерів, смартфонів, книг та інших джерел інформації. Під час екзамену допускається використання лише простого калькулятора.
- Якщо здобувач за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.
- Усі письмові роботи студента проходять перевірку на оригінальність. Рівень оригінальності повинен бути не нижче 70%. У разі виявлення неоформлених відповідним чином запозичень, фальсифікації даних чи інших форм академічної недоброчесності роботи анулюються, а до порушників застосовуються методи впливу, передбачені «Положенням про організацію навчального процесу.

Критерії оцінювання:

а) індивідуального завдання (есе)

15 балів

Здобувач демонструє чудове розуміння матеріалу, володіння змістом, глибину пошуку. Здобувач використовує сучасну наукову та інформаційну літературу, бази даних. Робота містить елементи новизни та відображає власну точку зору автора. Робота оформлена у відповідності до вимог.

12 балів

Здобувач добре розуміється на матеріалі, демонструє гарне володіння змістом та глибиною пошуку. Для виконання роботи використані сучасні інформаційні джерела. Є незначні порушення вимог в оформленні роботи.

9 балів

Здобувач у цілому правильно дає відповідь на поставлені питання, однак демонструє поверхневу обробку вмісту, невелику глибину пошуку. Здобувач не дає широкого пояснення щодо всіх питань. Є суттєві порушення вимог до оформлення есе.

6 балів

Здобувач демонструє слабке розуміння матеріалу, поверхневу обробку змісту; невелика глибина пошуку. Робота містить помилкові твердження. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

3 бали

Здобувач проявляє певне розуміння матеріалу. Здобувач не дає детальних пояснень щодо всіх моментів проблеми, сформульованої у індивідуальному завданні. Робота оформлена не належним чином. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

0 балів

Здобувач не виявляє жодних знань чи розуміння питань, порушених у індивідуальному завданні. Здобувач виявляє фундаментальне нерозуміння теми. Потребує виконання нового

індивідуального завдання.

б) комп'ютерного тестування

Кількість балів за комп'ютерне тестування визначається шляхом множення максимальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на конкретний вид тестування, на питому вагу правильних відповідей від загальної кількості питань, включених до тестування.

в) участі у дискусіях

За участь у дискусії здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%

Дискусія ведеться коректно. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, висловлює та вдало аргументує свою позицію.

80%

Здобувач висловлює правильні положення, однак деякі аргументи не є достатніми. Допущені незначні помилки у висловлюваннях.

60%

Здобувач у цілому вірно розуміє суть питання, але не може навести аргументи на користь тієї чи іншої точки зору. Знання предмету дискусії поверхневі

40%

Здобувач демонструє фрагментарне розуміння предмету дискусії. Допускає помилкові судження, які виправляє після участі у дискусії.

0%

Здобувач не володіє знаннями для ведення дискусії.

г) презентації

За презентацію під час занять здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%

Презентація за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, дотримується регламенту та дає грамотні коментарі до демонстрації.

80%

Презентація за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач правильно коментує презентацію, однак ним допущені незначні помилки у висловлюваннях.

60%

Презентація в основному за формою та змістом відповідає поставленому завданню. Здобувач у своїх коментарях по суті повторює зміст презентації. На уточнюючі питання відповідає поверхнево

40%

Презентація лише частково відповідає поставленому завданню. Здобувач демонструє фрагментарне розуміння суті питання. Допускає помилкові судження.

0%

Презентація не відповідає поставленому завданню. Здобувач не готовий до аргументації її змісту.

д) екзаменаційних робіт

Ситуація та розгорнутої відповіді на питання:

15 балів

Робота відображає власну точку зору студента, має елемент новизни. Студент демонструє відмінне використання відповідних даних та прикладів.

12 балів

Студент демонструє хороші знання, розуміє та інтерпретує проблеми, що виникають у питаннях. Студент демонструє належне використання відповідних даних та прикладів.

10 балів

Студент висвітлює проблеми, але надає лише основний начерк проблем, порушених у питаннях. Аргументи ясні, але обмежені. Є кілька незначних прогалин та неточностей, але немає серйозних помилок.

8 балів

Студент демонструє відсутність узгодженого розуміння проблем та питань, порушених у питаннях. Важлива інформація була опущена, і невідповідні моменти були включені. Нарис дуже короткий.

0-8 балів

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння проблем, порушених у питаннях, виявляється фундаментальне непорозуміння предмету. Більша частина матеріалу в нарисі не має значення.

Критерії оцінювання розв'язання задачі:

15 балів

Студент демонструє чудове розуміння матеріалу, використовує правильні формули, робить висновки. Відсутні арифметичні помилки. Відповідь правильна.

11 ***балів***

Студент демонструє гарне розуміння матеріалу, дає докладне пояснення усіх моментів розв'язання, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

10 балів

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення усіх етапів розв'язання. Студент використовує правильні формули, але не робить висновків. Є арифметичні помилок. Відповідь правильна.

8 бали

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

6 бали

Студент демонструє певне розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення всіх етапів розв'язання. Відповідь неправильна.

0 балів

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння питань, виявляє фундаментальне непорозуміння з предмету, використовує неправильні формули. Відповідь неправильна.

Критерії оцінювання правильності відповідей на тести:

0,5 балів – за кожну правильну відповідь.

Засіб зворотного зв'язку із здобувачами здійснюється через електронну пошту kotko.o.@duen.edu.ua

Назва дисципліни: Бухгалтерський облік (не ОО, не ФБС)

Анотація

Мета курсу: формування системи знань з теорії та практики ведення бухгалтерського обліку на підприємствах; використання інформації, що необхідна внутрішнім користувачам для прийняття управлінських рішень, а зовнішнім – для виявлення загальних комерційних можливостей контрагентів і прийняття рішення про співробітництво з ними.

Основні компетентності:

1) знання та використання теорій бухгалтерського обліку;
2) розуміння ролі бухгалтерського обліку в управлінні підприємством;
3) розуміння важливості ретельної розробки облікової політики підприємства;
4) вимірювання та аналіз рентабельності підприємства;
5) складання фінансової звітності підприємства;
6) висловлення незалежної думки щодо управлінських рішень;
7) формулювання судження та висновків на основі знань щодо змісту фінансової звітності підприємства та облікової політики;
8) підтримання критичного ставлення до своєї роботи та роботи інших людей зараз і в майбутньому.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	5	3 / обов’язкова	Пестовська З.С., к.е.н., доц..	90 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 48 год. самостійної роботи)

Результати навчання		Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
	Знання		
РН-5	мати базові знання про сутність фінансів банку, ресурсів, потреб, активів, прибутку, пасивів, розрахунків, сутність обліку та план рахунків	Лекція, практичне заняття, тестування, розв’язання задач	Розв’язування задач, тестування Пояснення розв’язання задач
РН-8	мати базові знання з фінансового обліку, у банках, обліку трудових ресурсів, проведення контрольних дій банків	Лекція, практичне заняття, тестування, розв’язання аналітичних задач	Розв’язування задач, тестування Пояснення розв’язання задач
	Уміння		
РН-1	мати уміння об’єктивно оцінювати та аналізувати облікову інформацію, як за національними	Лекція, приклади проблемних ситуацій і залучення аудиторії до їхнього вирішення, тестування, розв’язання аналітичних задач	Курсова робота Розв’язування задач, тестування Оцінювання практичних

5	вимогами, так і за вимогами МСФЗ, орієнтуватися у нормативних актах, уміти застосовувати результати статистичного дослідження в предметній області		навичок Пояснення розв'язання задач
	Комунікація		
РН-19	здатність компетентно захищати свої права як працівника, уміння взаємодіяти з персоналом при отриманні фінансової інформації; уміння висловлюватись чітко, не обмежуючи того, що необхідно сказати, володіти навичками ведення дискусій, дебатів, круглих столів, висловлювати власну думку та обґрунтовувати її, резюмувати англійською мовою у вигляді презентацій, докладів, звітів тощо, уміння вести особисте та ділове листування.	Лекція, приклади проблемних ситуацій і залучення аудиторії до їхнього вирішення, тестування, розв'язання аналітичних задач	Розв'язування задач, тестування Пояснення розв'язання задач Оцінювання практичних навичок
	Автономність і відповідальність		
РН-20	уміти самостійно обирати методи та прийоми вивчення та аналізу фінансової інформації; мати схильність до професійного саморозвитку; знати, як використовувати знання, щоб визначити алгоритм дослідження та прийняти рішення за результатами статистичного вивчення фінансових процесів.	Лекція, приклади проблемних ситуацій і залучення аудиторії до їхнього вирішення, тестування, розв'язання аналітичних задач	Розв'язування задач, тестування Пояснення розв'язання задач Оцінювання практичних навичок
Оцінка			

Підсумкова оцінка:

40% екзамен (тести, ситуаційні завдання)

60% поточний контроль:

20% розв'язування задач

5% тестування

10% оцінювання практичних навичок - вирішення ситуаційних завдань

25% індивідуальне завдання – проходження облікового циклу підприємства

Зміст

Тема 1. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством.

Облікова інформація в управлінні підприємством. Функції бухгалтерського обліку. Принципи бухгалтерського обліку.

Тема 2. Елементи методу бухгалтерського обліку.

Інвентаризація. Оцінка. Калькуляція. Рахунки. Подвійний запис. Баланс. Звітність.

Тема 3. Бухгалтерський баланс.

Об'єкти бухгалтерського обліку. Зміст та будова балансу. Зміни в балансі в результаті господарських операцій.

Тема 4. План рахунків бухгалтерського обліку.

Рахунки бухгалтерського обліку. Концептуальні вимоги до Плану рахунків. Будова Плану рахунків.

Тема 5. Організація бухгалтерського обліку.

Документація в бухгалтерському обліку. Форми організації бухгалтерського обліку.

Тема 6. Фінансова звітність.

Баланс (Звіт про фінансовий стан). Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід). Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом). Звіт про власний капітал.

Література

Основна

1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 № 996-XIV: http://zakon.rada.gov.ua/cgibin/laws/main.cgi

2. Скоробогатова Н. Є. Бухгалтерський облік http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/%D0%91%D1%83%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA.pdf

3. Бухгалтерський облік: Навчальний посібник / В. М. Соболєв, І. А. Косата, Т. В. Розіт тощо; за ред. В. М. Соболєва. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. – 222 с. http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/14546/2/%D0%91%D1%83%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA_%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_2018.pdf

4. Бухгалтерський облік / Осмятченко В. О., Тесленко Т. І., Герасименко О. М., Титенко Л. В., Скоробагач А. Є., Вавілов В. В. – Київ: Простобук, 2017. – 552 с. http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2618/1/2603_IR.pdf

5. Бухгалтерський облік: у схемах і таблицях: навч.посібник / [Зінченко О.В., Радіонова Н.Й., Хаустова Є.Б. та ін.];під заг. ред. М. І. Скрипник. – Київ: «Центр учбової літератури», 2017. – 340 с. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8836/1/20180207_Skrypnyk_NP.pdf

6. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку: http://zakon.rada.gov.ua

7. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. №291 // http://dtkt.com.ua/show/2cid06881.html
8. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. №291 // http://dtkt.com.ua/show/2cid06880.html
9. Accounting https://cdn.corporatefinanceinstitute.com/assets/cfi-Accounting-eBook.pdf
10. Principles of Accounting, Volume 1 Financial Accounting https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/principles-of-accounting-volume-1-financial-accounting
11. Accounting for Managers http://assets.vmou.ac.in/MP103.pdf

Додаткова

1. Жива бухгалтерська книга https://interbuh.com.ua/ua/documents/buhbook
2. Янчева Л.М. Бухгалтерський облік: навчальний посібник / Л. М. Янчева, Н. С. Акімова., О. В. Топоркова, Т. А. Наумова, Л. О. Кирильєва, Герасимова Н.С., М.О. Ільченко. – Х.: ХДУХТ, 2015. – 446 с. http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/398/1/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%8B%202015%2B%2B%2B.pdf
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
4. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.bank.gov.ua/bank_supervision/Dynamics/2001–last.htm/
5. Офіційний сайт Верховної Ради України www.rada.gov.ua
6. Офіційний сайт бухгалтерського щотижневика «Дебет-Кредит»: http://www.dtkt.com.ua
7. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України, на якому викладені тексти МСФЗ http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=92410&cat_id= =92408.
8. Сайт нормативно-правових актів на якому викладені тексти національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку http: //www.nau.com.ua.
9. Сайт Комітету з міжнародних стандартів фінансової звітності (КМСФЗ) http://www.iasb.org

Language of teaching English

10. Financial Accounting (8th edition) by Walter T. Harrison, Charles T. Horngren, and Bill Thomas, 2009, (www.Amazon.com.)

Recommended reading

11. Attrill, P., & McLaney, E., 2009, "Accounting and Finance for non-specialists", Financial Times.
12. Accounting Principles: Managerial Accounting (2011). A Textbook Equity Open College Textbook, originally by Hermanson, Edwards, and Ivancevich: https://www.textbookequity.org/Textbooks/TBQ_PA_Accounting_managerial.pdf

Політика курсу

• Політика оцінювання

Здобувач не може отримати екзаменаційну оцінку "автоматом" – без складання екзамену. Студент допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не ***менше 36 балів.*** Якщо за результатами оцінювання роботи студента на практичних заняттях студент отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде практичні заняття, визначає перелік завдань, які повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до екзамену з

оцінкою роботи на практичних заняттях 36 балів.
Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.
Причиною недопущення здобувача до екзамену може бути також наявність фінансової заборгованості.
Здобувач вищої освіти має право на апеляцію результатів підсумкового контролю. Здобувач подає заяву на ім'я проректора із забезпечення якості вищої освіти протягом трьох робочих днів з дати оголошення результатів. У заяві слід вказати факти некоректності питань або необхідних відповідей на них, їх виходу за рамки програми, порушення викладачем процедури проведення контролю або недотримання ним описаної в програмі дисципліни методики виведення оцінки.
В результаті розгляду апеляції раніше виставлена оцінка може бути збережена, а може бути змінена як у бік підвищення, так і в бік зниження.
Здобувачі мають право складати *екзамени та заліки* з метою підвищення підсумкової оцінки з одної дисципліни у семестр за заявою.
Здобувачі вищої освіти мають право виражати власну думку і не погоджуватися з трактуванням подій, які висвітлюються в межах програмного матеріалу, але вони зобов'язані вивчити необхідний обсяг матеріалу згідно з вимогами до предмету. Здобувачі повинні нести відповідальність за виконання необхідних вимог до курсу і оволодіння необхідною кількістю знань.

• Політика щодо забезпечення академічної доброчесності

Під час опанування дисципліни здобувачі повинні дотримуватися академічної доброчесності. Відповідно до Закону України «Про освіту» *академічна доброчесність* – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.
Від здобувачів вимагається:
- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилання на джерела інформації під час виконання дослідницької роботи;
- відсутність запозичень інформації (списування) при написанні письмових робіт;
- дотримання етичної поведінки по відношенню до інших здобувачів, викладачів та інших співробітників університету.
У разі порушення цих вимог, викладач має право звернутись для розгляду ситуації до Комісії з питань академічної доброчесності.
У разі неетичної поведінки викладача (образлива поведінка, сексуальні домагання, несправедливе оцінювання та ін.) здобувач також має право звернутись з заявою до Комісії з питань академічної доброчесності.

Політика щодо поведінки в аудиторії та спілкування з викладачем

Під час вивчення курсу від здобувачів вимагається:
1) відвідування не менше як 75% аудиторних занять (лекції, практичні);

2) виконання вимог викладача курсу, завдань, які направлені на досягнення визначених результатів навчання;
3) виконання вимог з охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії, протипожежної безпеки, протиепідемічних заходів;
4) дотримання порядку в аудиторії, поводження під час занять з повагою до інших присутніх;
5) відсутність запізнень на заняття;
6) консультування з викладачем можливе в аудиторіях за розкладом, а також електронною поштою та у месенджерах (період відповіді викладача – до п’яти робочих днів).

Назва дисципліни: Міжнародні економічні відносини
Анотація: ***Метою*** викладання навчальної дисципліни «Міжнародні економічні відносини» є формування у студентів базових знань та розуміння законів та факторів функціонування світового господарства. Центральне місце в процесі викладання дисципліни займають чиста теорія торгівлі, теорія торговельної політики, теорія переміщення факторів виробництва, а також теорії та моделі, пов'язані з функціонуванням міжнародних фінансів, з відкритістю національних економік і їх зближенням. ***Завдання дисципліни*** - розгляд глобальних міжнародних економічних процесів та явищ; аналіз шляхів подолання кризових проявів в світовому економічному масштабі; розгляд національних економік та процесів їх взаємодії; виклад теорій міжнародної торгівлі та процесів ціноутворення на світовому ринку; вивчення сутності, напрямів, інструментів міжнародної торгової політики та розрахунки її наслідків; аналіз теорій переміщення факторів виробництва (міжнародне інвестування, міжнародний кредит, міжнародна міграція робочої сили, міжнародний науково-технічний обмін) та оцінка їх ефективності; розгляд світової валютної системи, аналіз платіжного балансу та огляд глобальних інтеграційних процесів. У ході вивчення дисципліни формуються як ***загальні компетентності*** (здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні; здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя; здатність планувати та управляти часом; навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності), так і ***спеціальні*** (здатність виокремлювати характерні ознаки та тенденції розвитку світового господарства, особливості реалізації економічної політики та світових інтеграційних/дезінтеграційних процесів, у тому числі та євроатлантичної інтеграції; здатність використовувати базові категорії та новітні теорії, концепції, технології і методи у сфері міжнародних економічних відносин з урахуванням їх основних форм, застосовувати теоретичні знання щодо функціонування та розвитку міжнародних економічних відносин; здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку; здатність обґрунтовувати особливості реалізації форм міжнародних економічних відносин на мега-, макро-, мезо- і макрорівнях; здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків, оцінювати зміни міжнародного середовища та вміти адаптуватися до них; здатність аналізувати міжнародні ринки товарів і послуг, інструменти та принципи регулювання міжнародної торгівлі; здатність аналізувати теорії та механізми реалізації міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин; здатність визначати функціональні особливості, характер, рівень та ступінь взаємозв'язків між суб'єктами міжнародних економічних відносин різного рівня та налагоджувати комунікації між ними; здатність до діагностики стану досліджень міжнародних економічних відносин та світового господарства у міждисциплінарному поєднанні із політичними, юридичними, природничими науками; здатність проводити

дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері з урахуванням причинно-наслідкових та просторово-часових зв'язків; здатність застосувати методи, правила і принципи функціонування міжнародних економічних відносин для розвитку зовнішньоекономічної діяльності України)				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	V, VI	10 / обов'язкова	Задоя О.А., к.е.н., доцент.	300 (180+120) год. (28+22 год. лекцій, 28+11 год. практичних занять, 124+87 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**
1) Володіє базовими знаннями щодо загальних основ функціонування світової економіки; знає основи ціноутворення на міжнародних ринках ресурсів; розкриває проблеми інтеграції України в світове господарство; знає і розуміє закономірності взаємодії національних економік в сфері зовнішньої торгівлі; розуміє наслідки інтеграційних процесів.		Лекція, семінари, дискусії, самостійна робота, написання есе, тести		Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
2) Знає взаємозв'язки внутрішньо економічних та міжнародних процесів, інструменти державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності; розуміє наслідки міжнародного руху капіталу та міжнародної трудової міграції; у змозі оцінити наслідки застосування інструментів торгової політики; може прогнозувати напрямки процесів інтеграції и глобалізації на сучасному стані розвитку світових господарських зв'язків.		Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота, аналіз кейсів, квізи		Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)

3) Здатний оцінювати вплив інтеграційних процесів на функціонування господарюючих суб'єктів та приймати економічно обґрунтовані рішення, які б враховували цей вплив; здатний розрахувати наслідки встановлення вільної торгівлі, запровадження мит та квот; здатний розрахувати норму прибутку для інвестора на основі поточного та прогнозованого валютного курсу; уміє оптимально диверсифікувати інвестиційний портфель; здатний спів ставляти кредитні ризик, в тому числі і по міжнародним кредитам.	Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота, аналіз кейсів, квізи	Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
4) Знає правила укладання міжнародних договорів; знає послідовність виконання зобов'язань по міжнародним контрактам; розуміє відповідальність та можливі наслідки невиконання міжнародних угод; знає міжнародні стандарти Incoterms 2020 та їх еволюцію; здатний оцінити наслідки та ризики торговельної угоди та прийняти рішення щодо доцільності здійснення торговельної операції.	Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота, аналіз кейсів, тести	Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
5) Володіє засобами технічного та фундаментального аналізу валютного ринку; може спрогнозувати оптимальний напрям інвестиційних потоків; здатний оцінити стан та перспективи суб'єкта господарювання за аналізом статистичних економічних показників; може аргументувати вибір тої чи іншої форми міжнародних розрахунків.	Лекції, практичні заняття, дискусії, самостійна робота, аналіз кейсів, тести, робота з базами даних в Інтернеті	Участь у дискусії, есе, презентації (ПтК), підсумковий іспит (ПК)
6) Має можливість аналізувати динамічні якісні зміни у розвитку МЕВ; може застосовувати загальноекономічні закономірності для аналізу проблем динаміки та	Семінари, самостійна робота, написання есе, робота з базами даних в Інтернеті, самонавчання	Есе, презентація, участь у дискусії (ПтК), підсумковий іспит (ПК)

збалансованості світової економіки; може аналізувати статистичні бази даних міжнародних економічних та державних організацій; уміє використовувати різні методи збору інформаційних даних; Уміє користуватися основними системами електронних міжнародних розрахунків.		
7) Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення; вміє самостійно працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами соціально-економічного спрямування; усвідомлює динамічні зміни в економіці країни та світу, розуміє необхідність навчання протягом життя, спроможний організувати процес навчання інших осіб.	Робота з базами даних в Інтернеті, самонавчання	Есе, презентація (ПтК))

Оцінка

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою, зокрема 60 балів – поточний контроль та 40 балів підсумковий контроль.

20 - індивідуальне завдання (есе).

40 – модульна контрольна робота (дві роботи по 20 балів). З них:

10 – тестування;

10 - участь у дискусіях;

20 - рішення задач.

40 - підсумковий іспит. Зокрема:

20 - тести;

20 - рішення задач.

Зміст

Тема 1. Міжнародна економічна система.

Тема 2. Національні економіки та їх взаємодія.

Тема 3. Міжнародна економічна діяльність.

Тема 4. Теорія міжнародної торгівлі.

Тема 5. Світовий ринок товарів і послуг.

Тема 6. Міжнародний науково-технологічний обмін.

Тема 7. Міжнародна торгова політика.

Тема 8. Світовий фінансовий ринок.

Тема 9. Прямі інвестиції і міжнародне співробітництво.
Тема 10. Міжнародне портфельне інвестування.
Тема 11. Міжнародний кредит.
Тема 12. Світовий ринок праці.
Тема 13. Міжнародна трудова міграція.
Тема 14. Теорії валютних курсів.
Тема 15. Світовий валютний ринок.
Тема 16. Світова валютна система.
Тема 17. Міжнародні розрахунки.
Тема 18. Платіжний баланс та макроекономічна рівновага.
Тема 19. Міжнародна регіональна інтеграція.
Тема 20. Європейська економічна інтеграція.
Тема 21. Глобалізація економічного розвитку.
Тема 22. Інтеграція України у світову економіку.

Література

Україномовна програма

Основна

1. Міжнародна економіка Підручник [Текст] /В.В. Білоцерковець, О.О. Завгородня, В.К. Лебедєва та ін. / За ред. А. О. Задої, В. М. Тарасевича. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 327 с. (базовий підручник).
2. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях [текст] підруч. / Ю. Г. Козак. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 228 с.
3. Киреев А. П. Международная экономика: В 2 ч.: Учеб. пособие для вузов по спец. - Ч.1. - М.: Междунар.отношения, 2017.
4. Киреев А. П. Международная экономика: В 2 ч.: Учеб. пособие для. - Ч.2. - М.: Междунар.отношения, 2017.
5. Світова економіка : підручник [Текст]/ за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 268 с.
6. Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2015). International economics. Theory and policy. global ed.
7. Світова економіка: Підручник / За ред. О.І. Шниркова, В.А. Мазуренка, О.І. Рогаа. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2018. – 616 с.

Додаткова

1. Куцик П.О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку : монографія [Текст] / П.О. Куцик, О.І. Ковтун,. Г. І. Башнянин. – Львів : Видавництво ЛКА, 2015. – 594 с.
2. Міжнародна економіка: Навчальне електронне видання / К.В. Балабанов, О.В. Булатова, Ю.І. Чентуков. – Маріуполь: МДУ, 2013. – 552 с.
3. Di Marco, L. E. (Ed.). (2014). *International economics and development: Essays in honor of Raul Prebisch*. Academic Press.
4. Carbaugh, R. (2016). *International economics*. Nelson Education.
5. Jovanović, M. N. (2015). *The economics of international integration*. Edward Elgar Publishing.
6. Задоя О.А. Зміна впливу економічних циклів на економіку України / О.А.Задоя // Нобелівський вісник. - 2018. - №1(11). - С.39-44
7. Задоя О.А., Кущова Подолання імпортозалежності як стратегічне завдання України /

О.А. Задоя, В.С. Кущова // Академічний огляд. – 2018. – №2(49). С. 101-108
8. Задоя О.А. Зовнішня торгівля України: перспективи та проблеми / О.А. Задоя // Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [«Розвиток невиробничої сфери економіки в умовах євроінтеграційних викликів»], (Харків, 22-23 листопада 2018 р.) – Харків: КНТЕУ, ХТЕІ КНТЕУ, 2018. – С. 11-12.
9. Задоя О.А. Інноваційний розвиток світової економіки: побоювання та перспективи / О.А. Задоя // Матеріали XXVI Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених [«Євроінтеграційний вибір України та проблеми макроекономіки»], (Дніпро, 19 квітня 2019 р.) – Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. – С. 90-92.
10. Романчиков В.І. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник К.: ЦУЛ, 2008. – 256 с.
11. Одягайло Б.М. Міжнародна економіка: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2005.
12. Киреев А. П. Международная экономика: В 2 ч.: Учеб. пособие для вузов по спец. - Ч.1. - М.: Междунар.отношения, 2017.
13. Цимбалістий В.Ф. Теорія міжнародних відносин: навч. посіб. для студ. / В.Ф. Цимбалістий. – вид. 3-тє, допов. та випр. – Л.: Нов. Світ-2000, 2009. – 357 с.
14. Central Intelligence Agency. The World Factbook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html#top – вільний. Мова англ.
15. Статистичний довідник України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/ - вільний. Мова укр.
16. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/ - вільний. Мова укр.
17. International Monetary Fund [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.imf.org/external/index.htm - вільний. Мова англ.
18. The World Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.worldbank.org/ - вільний. Мова англ.
19. United Nations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.un.org/ - вільний. Мова англ.
20. World Trade Organisation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.wto.org/ - вільний. Мова англ.

Політика курсу

- Дисципліна «Міжнародні економічні відносини» вивчається після вивчення курсів «Мікроекономіка» та «Макроекономіка».
- Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою згідно «Положення про організацію освітнього процесу».
- Результати поточного контролю знань здобувачів вищої освіти входять як складові елементи до загальної (остаточної) оцінки знань здобувачів з певної дисципліни. Оцінка рівня роботи студента на практичних заняттях здійснюється в межах 60 балів.
- Студент допускається до іспиту, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів за умови написання індивідуального есе з максимальною оцінкою 10 балів, але не нижче 5;
- Якщо за результатами оцінювання поточної роботи студента він (вона) отримав менше 36 балів, він не допускається до іспиту. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до іспиту з оцінкою роботи на семінарських заняттях 36 балів.
- Результати іспиту оцінюються в діапазоні від 0 до 40 балів (включно). Іспит проводиться у вигляді розв'язання двох задач та письмового аналізу ситуації. Екзамен проводиться без використання комп'ютерів, смартфонів, криг та інших джерел інформації. Під час екзамену допускається використання лише простого калькулятора.

- Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.
- Усі письмові роботи студента (есе, інвестиційний проект) проходять перевірку на оригінальність. Рівень оригінальності повинен бути не нижче 70%. У разі виявлення неоформлених відповідним чином запозичень, фальсифікації даних чи інших форм академічної недоброчесності роботи анулюються, а до порушників застосовуються методи впливу, передбачені «Положенням про організацію навчального процесу.

Критерії оцінювання:

а) індивідуального завдання (есе)

20 балів

Здобувач демонструє чудове розуміння матеріалу, володіння змістом, глибину пошуку. Здобувач використовує сучасну наукову та інформаційну літературу, бази даних. Робота містить елементи новизни та відображає власну точку зору автора. Робота оформлена у відповідності до вимог.

16 балів

Здобувач добре розуміється на матеріалі, демонструє гарне володіння змістом та глибиною пошуку. Для виконання роботи використані сучасні інформаційні джерела. Є незначні порушення вимог в оформленні роботи.

12 балів

Здобувач у цілому правильно дає відповідь на поставлені питання, однак демонструє поверхневу обробку вмісту, невелику глибину пошуку. Здобувач не дає широкого пояснення щодо всіх питань. Є суттєві порушення вимог до оформлення есе.

8 балів

Здобувач демонструє слабке розуміння матеріалу, поверхневу обробку змісту; невелика глибина пошуку. Робота містить помилкові твердження. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

4 бали

Здобувач проявляє певне розуміння матеріалу.Здобувач не дає детальних пояснень щодо всіх моментів проблеми, сформульованої у індивідуальному завданні. Робота оформлена не належним чином. Індивідуальне завдання повертається на доопрацювання.

0 балів

Здобувач не виявляє жодних знань чи розуміння питань, порушених у індивідуальному завданні. Здобувач виявляє фундаментальне нерозуміння теми. Потребує виконання нового індивідуального завдання.

б) комп'ютерного тестування

Кількість балів за комп'ютерне тестування визначається шляхом множення максимальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на конкретний вид тестування, на питому вагу правильних відповідей від загальної кількості питань, включених до тестування.

в) участі у дискусіях

За участь у дискусії здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%
Дискусія ведеться коректно. Здобувач демонструє відмінне володіння навчальним матеріалом, висловлює та вдало аргументує свою позицію.

80%
Здобувач висловлює правильні положення, однак деякі аргументи не є достатніми. Допущені незначні помилки у висловлюваннях.

60%
Здобувач у цілому вірно розуміє суть питання, але не може навести аргументи на користь тієї чи іншої точки зору. Знання предмету дискусії поверхневі

40%
Здобувач демонструє фрагментарне розуміння предмету дискусії. Допускає помилкові судження, які виправляє після участі у дискусії.

0%
Здобувач не володіє знаннями для ведення дискусії.

г) рішення задач

За рішення задач здобувач отримує від загальної кількості балів, передбачених технологічною картою вивчення дисципліни на даний вид контролю:

100%в
Студент демонструє чудове розуміння матеріалу, використовує правильні формули, робить висновки. Відсутні арифметичні помилки. Відповідь правильна.

80%
Студент демонструє гарне розуміння матеріалу, дає докладне пояснення усіх моментів розв'язання, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

60%
Студент демонструє погане розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення усіх етапів розв'язання. Студент використовує правильні формули, але не робить висновків. Є арифметичні помилок. Відповідь правильна.

40%

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

20%

Студент демонструє певне розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення всіх етапів розв'язання. Відповідь неправильна.

0%

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння питань, виявляє фундаментальне непорозуміння з предмету, використовує неправильні формули. Відповідь неправильна.

д) екзаменаційних робіт

7. Критерії оцінювання розв'язання задачі:

20 балів

Студент демонструє чудове розуміння матеріалу, використовує правильні формули, робить висновки. Відсутні арифметичні помилки. Відповідь правильна.

16 балів

Студент демонструє гарне розуміння матеріалу, дає докладне пояснення усіх моментів розв'язання, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

12 балів

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення усіх етапів розв'язання. Студент використовує правильні формули, але не робить висновків. Є арифметичні помилок. Відповідь правильна.

8 балів

Студент демонструє погане розуміння матеріалу, використовує правильні формули. Рішення містить арифметичні помилки. Відповідь неправильна.

4 бали

Студент демонструє певне розуміння матеріалу, не дає широкого пояснення всіх етапів розв'язання. Відповідь неправильна.

0 балів

Студент не може продемонструвати будь-які знання або розуміння питань, виявляє фундаментальне непорозуміння з предмету, використовує неправильні формули. Відповідь неправильна.

8. Критерії оцінювання правильності відповідей на тести:

1 бал – за кожну правильну відповідь.

Зв'язок між викладачами та здобувачами здійснюється через платформу Google Classroom офіційну електронну пошту викладачів, яка вказана на сайті Університету.

Назва дисципліни: Маркетингова товарна політика				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): *Метою дисципліни* є оволодіння теорією та набуття практичних навичок з питань товарної політики підприємств в умовах маркетингової орієнтації. **Основні компетентності, що формуються:** – здатність використовувати програмні продукти, статистичні, математичні інструменти, необхідні для аналізу товарної політики підприємства; – здатність аналізувати конкурентоспроможність продукції підприємства; – здатність застосовувати різні методи генерації ідей нових товарів та розробляти ідеї нових товарів та послуг; – здатність створювати нові торгові марки та рекомендації щодо вибору марочних стратегій; – здатність розробляти стратегію упакування; – здатність застосовувати навички самостійної роботи, гнучке мислення, відкритість до нових знань, бути критичним і самокритичним.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	6	4/обов’язкова	Яременко С.С., к.е.н., доц.	150 год. (22 год. лекцій, 22 год. практичних занять, 76 год. самостійної роботи + 30 год. курсова робота)
Результати навчання:		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 5.1. Розуміти основи сегментування ринку, вибору цільових сегментів та позиціонування товару. РН 5.2. Знати основи формування товарної політики підприємства. РН 5.3. Визначати напрями вдосконалення товарної політики підприємства РН 10.1. Використовувати програмні продукти, статистичні, математичні інструменти, необхідні для аналізу товарної політики підприємства.		Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Оцінка практичних навичок Участь у семінарі,

РН 10.2. Аналізувати конкурентоспроможність продукції підприємства. РН 10.3. Розробляти ідеї нових товарів та послуг РН 10.4. Розробляти торгові марки та рекомендації щодо вибору марочних стратегій. Розробляти стратегію упакування. РН 18.1. Може активно працювати у команді над створенням нових товарів та упаковки. РН 18.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення РН 23.1. Проявляти вміння нести відповідальність за результати своєї діяльності. РН 23.2. Вміти виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. **РН 5.1-5.3, РН 10.1-10.4, РН 18.1-18.2, РН 23.1-23.2** **РН 5.1-5.3, РН 10.1-10.4, РН 18.1-18.2, РН 23.1-23.2**	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекція, дискусія, практичне заняття з розв'язуванням задач Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв'язуванням задач Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study) Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Написання курсової роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	тест, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, розв'язування задач, тест Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь в дискусії, мозковому штурмі, тест Участь в дискусії, мозковому штурмі, тест Курсова робота Екзамен
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: 40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 24 тести та 1 аналітично-розрахункову задачу) 60% Поточна оцінка: 10% участь у дискусії, мозковому штурмі		

30% тест (вибір декількох)
20% розв'язуванням задач (письмово)

Курсова робота оцінюється окремо, і її оцінка не включається до підсумкової оцінки курсу. Успішне заповнення курсової роботи є необхідною умовою допуску студента до екзамену.

Зміст

Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності
Тема 2. Ціна та якість товару
Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники
Тема 4. Ринок товарів та формування попиту на ринку окремого товару
Тема 5. Цільовий ринок товару і методика його вибору
Тема 6. Товарна політика підприємства
Тема 7. Життєвий цикл товару
Тема 8. Планування і розробка нових товарів
Тема 9. Торгові марки і упакування

Література

Основна

1. Маркетингова товарна політика: Підручник / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. Третє видання, доповнене і перероблене. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 360 с. *(базовий підручник)*
2. Маркетингова товарна політика: Підручник. Затверджено МОН / За ред. Н.О. Криковцевої. – К., 2012. – 183 с.

Додаткова

3. Маркетингова товарна політика: збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи (практикум): вид. 2-ге, доп. і перероб. [Електронний ресурс] / І.В. Тараненко, С.С. Яременко. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 138 с.
4. Іляшенко В.М. Маркетингова товарна політика: Підручник / В.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 234 с.
5. Сысоева С.В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице / С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. – СПб.: Питер, 2010. – 336 с.
6. Мішустіна Т.С., Чехранова Т.О. Дослідження товарної політики підприємства харчової промисловості як основа її оптимізації // Ефективна економіка №5, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3082
7. Маркетингове управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо-, макрорівні: монографія / І.В. Тараненко, О.Ю. Мішустіна, С.С. Яременко [та ін.]. - Д.: Ун-т ім. А. Нобеля, 2017.
8. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management (2016). 15th ed. Prentice Hall, Pierson, 2016.
9. Principles of Marketing (14th Edition). – Philip Kotler, Gary Armstrong. – 740 p.
10. Pride W.M., Ferrell O.C. (2016) Marketing. 2nd ed. Cengage Learning, 2016.

Інформаційні ресурси

1. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
2. Компанія - http://www.ko.ru/
3. Маркетинг та маркетингові дослідження - http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання,

що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення Аргументи вірні, але обмежені / недостатні Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок. **Студент отримує D (E), якщо:** Виконує не менше 50% отриманих завдань Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі. **Студент отримує F/FX, якщо:** Виконав менше 50% отриманих завдань У завданнях присутній плагіат Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Маркетингова політика розподілу

Анотація

Мета курсу: формування сучасної системи теоретичних знань та практичних навичок із застосування теорії маркетингу як інструмента підвищення ефективності підприємницької діяльності в умовах конкурентного ринку..

Основні компетентності, що формуються:

– здатність демонструвати належний рівень знань щодо вибору та роботи з посередниками, управління діяльністю учасників товарного руху;

– здатність аналізувати сутності та значення маркетингової політики розподілу;

– здатність застосовувати навички підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізації витрат у процесі товарного руху;

– здатність застосовувати навички самостійної роботи, гнучке мислення, відкритість до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	6	3/обов’язкова	Шевченко В.М., к.держ.упр., доц.	120 год. (22 год. лекцій, 11 год. практичних занять, 87 год. самостійної роботи)

Результати навчання:	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6.1. Розуміє теоретичні і практичні питання формування, конструювання та функціонування каналів розподілу.	Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 6.2. Знає як обирати та працювати з посередниками, управляти діяльністю учасників товарного руху.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН 12.1. Аналізує сутності та значення маркетингової політики розподілу.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Оцінка практичних навичок
РН 12.2. Формує практичні вміння організації роботи посередників та управління товарним рухом.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь у семінарі, тест, вирішення проблемних ситуацій
РН 12.3. Проводить формування, конструювання і	Лекція, дискусія, практичне заняття з розв’язуванням задач	Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест, розв’язування задач, тест

функціонування каналів розподілу. РН 12.4. Використовує різні методи підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізації витрат у процесі товарного руху. РН 19.1. Дотримується соціальних норм і правил при співпраці з партнерами. РН 19.2. Поважає різноманіття та між культурність при виконанні поставлених завдань РН 21.1. Має навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним; РН 21.2. Набув здатностей формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей **РН 6.1-6.2, РН 12.1-12.4, РН 19.1-19.2, РН 21.1-21.2**	Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв'язуванням задач Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study) Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь в дискусії, мозковому штурмі, тест (Поточний контроль) Екзамен

Оцінка

Підсумкова оцінка:

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 24 тести, 1 аналітичне завдання)

60% Поточна оцінка:

20% участь у дискусії, мозковому штурмі

20% тест (вибір декількох)

10% розв'язуванням задач (письмово)

10% аналіз ситуацій (case-study)

Зміст

Тема 1. Сутність і значення маркетингової політики розподілу

Тема 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу
Тема 3. Оптова торгівля в каналах розподілу
Тема 4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу
Тема 5. Вибір маркетингової політики розподілу та каналів розподілу
Тема 6. Вибір оптимального каналу розподілу
Тема 7. Конкуренція у каналах розподілу
Тема 8. Маркетингова політика комунікацій
Тема 9. Управління товарним рухом

Література

Основна

- Щербина І.М. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник./І.М. Щербина, І.В. Тараненко, Г.О. Шкляева, М.М. Фесун. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет ім.. Альфреда Нобеля, 2012 – 176 с (базовий підручник).
- Щербак В.Г. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник. / В.Г. Щербак; Міністерство освіти і науки України – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 176 с.
- Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу: Навчальний посібник / О.А. Біловодська – К:Знання, 2011. — 495 с.
- Виноградська А. М. Технологія комерційного підприємництва : навч. посіб. / А.М. Виноградська. — К. : Центр навч. літ-ри, 2006. — 780 с.
- Властелины каналов / С. Уиллер, Э. Хирш. — М.: Издат. дом Гребенникова, 2006. — 256 с
- Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / С.С. Гаркавенко; Міністерство освіти і науки України - Київ: Лібра, 2008. – 720 с.
- Голошубова Н.О. Організація торгівлі : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н.О. Голошубова. — К. : Книга, 2004. — 560 с.
- Голубий Е.Д. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта / Е.Д. Голубин. – М. : Вершина, 2006. — 136 с.
- Горчелс Л. Управление каналами дистрибуции / Л. Горчелс, Э. Мариен, Ч. Уэст; М.: Издательский Дом Гребенникова, 2005. – 248 с.

Додаткова

- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент /Ф. Котлер - СПб.: Питер, 2009, 816 с.
- Новик Г. Продажи через независимых торговых представителей./ Г. Новик – Добрая книга, 2007, 488 с.
- Ролницки К. Управление каналами дистрибуции./ К. Ролницки – М.: Добрая книга, 2006, 368 с.
- Штерн Л.В. Маркетинговые каналы. / Л.В. Льюис, А.И. Эль-Ансари, Э.Т. Кофлан; – М.: Изд. дом. «Вильямс», 2002. – 624 с.

Інформаційні ресурси

Періодичні видання

1. Маркетинг в Україні.
2. Маркетинг в России и за рубежом.
3. Новый маркетинг.
4. Маркетинговые коммуникации.
5. Маркетинг.
6. Компаньон.

Інтернет-сайти

1. Енциклопедія маркетингу / Інтернет - проект.- Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru, вільний. - Рос. мовою.
2. Маркетинг-журнал «4p.ru» / Інтернет - проект.- Режим доступу: http://www.4p.ru, вільний. - Рос. мовою.

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження, практичних завдань суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов’язати студента написати пояснювальну записку на ім’я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує B, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує C, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань

У завданнях присутній плагіат

Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі

Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання

Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Інструменти управління бізнес-процесами (Логістика)

Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються):

Мета дисципліни полягає в тому, щоб навчити здобувачів основним методам і правилам логістики, як основного інструмента ринкової економіки.

Зміст компетентностей

- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
- Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- Здатність працювати у міжнародному контексті
- Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички
- Здатність використовувати для рішення комунікативних завдань сучасні технічні засоби та інформаційні технології.
- Здатність кількісної оцінки економічних процесів та їх математичного моделювання
- Здатність визначати перспективи розвитку організації
- Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань
- Здатність оцінювати роботи, що виконуються та забезпечувати їх якість, мотивувати персонал організації
- Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.
- Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення
- Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.
- Розуміння загальних закономірностей функціонування економічних систем на мікро-, макро- та мега рівнях
- Розуміння базових принципів ефективного функціонування фірм та обліку результатів її роботи
- Розуміння механізмів грошового обігу та фінансових відносин
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	VIII	4,5 / обов’язкова	Піскова Ж.В., к.е.н., доц.	135 год. (16 год. лекцій, 24 год. практичних занять, 95 год. самостійної роботи)

Результати навчання	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН-5. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень	Інтерактивна лекція Дискусія	Участь в дискусії Усні відповіді на запитання
РН-10. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення	Лекція Тематичне дослідження в малих групах	Участь у дискусії, презентація для малих груп

комунікації у різних сферах діяльності організації функціонування організації		
РН-12. Може результативно застосовувати методи вдосконалення діяльності організацій, управляти змінами, кризами, застосовувати сучасні інструменти управління бізнес-процесами	Лекція Практичне завдання	Участь у дискусії Пояснення розв'язання задач Тестування
РН-15. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера	Кейс стаді Практичне завдання	Презентація кейс стаді Пояснення розв'язання задач
РН-19. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним	Проблемна лекція Розв'язання задач	Пояснення розв'язання задач

Оцінка

Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою

Модулі, теми та форми діагностики	**Максимальна кількість балів**
Змістовий модуль 1	**40**
Тема 1, опитування, дискусія	5
Тема 2 опитування, доповідь, розв'язування задач	5
Тема 3, опитування, дискусія, пояснення ситуацій	5
Тема 4, опитування, дискусія	5
Підсумкова модульна робота	20
Змістовий модуль 2	**40**
Тема 5, опитування, дискусія, розв'язування задач	5
Тема 6, опитування, пояснення ситуацій	5
Тема 7, опитування, дискусія	5
Тема 8, опитування, розв'язування задач	5
Підсумкова модульна робота	20
Індивідуальне завдання	**20**
Усього за роботу на аудиторних заняттях	**100**

Зміст

Змістовий модуль 1. Концептуальні засади логістики

Тема 1. Логістика як наука про управління матеріальними потоками
Тема 2. Об'єкти логістичного управління та логістичні операції
Тема 3. Закупівельна логістика
Тема 4. Виробнича логістика

Змістовий модуль 2. Основні функціональні області логістики

Тема 5. Розподільча логістика
Тема 6. Транспортна логістика
Тема 7. Логістика запасів
Тема 8. Ефективність логістичної системи

Література

Основна

1. Безсмертна О. В. Логістика : навчальний посібник [Електронний ресурс] / О.В. Безсмертна, О. О. Мороз, Т. М. Білоконь, І. В. Шварц. – Вінниця : ВНТУ, 2018, (PDF, 161 с.) (базовий підручник)
2. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник / Є. Крикавський, О. Похильченко, М. Фертч. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. –844 с.
3. Економіка логістики: За заг. ред. Є. В. Крикавського, О. А. Похильченко, Навч. посібник / Є. В. Крикавський, О. А. Похильченко, Н. В. Чорнописька, О. С. Костюк, Н. Б. Савіна, С. М. Нікшич, Л. Я. Якимишин. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 640 с.

Додаткова

4. Гуторов О.І. Логістика: навч. посібник /О.І. Гуторов, О.І. Лебединська, Н.В. Прозорова / Харк. нац. аграр. ун-т. – Харків: Міськдрук. 2011. – 322 с.
5. Окландер М.А. Логістика: Підручник. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 346 с.
6. Окландер М.А. Промислова логістика / Окландер М.А., Хромов О.П. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 222с.
7. Банько В.Г. Логістика. Навчальний посібник / Банько В.Г. –К.: КНТ, 2007. – 332 с.
8. Кальченко А.Г. Логістика / Кальченко А.Г. – К.: КНЕУ, 2006. – 284 с.
9. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літе¬ратури, 2003. — 192 с.
10. Гаджинський А.М. Логистика: Учебник / Гаджинський А.М. – М.: ИТК «Дашков и К», 2012. – 412 с.
11. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. редакцией проф. В.И. Сергеева. — М.: ИНФРА-М, 2005. - 976 с.
12. Логистика. Руководство для профессионалов / Майкл Хуго ; [перевод с английского А. Камитовой]. — Москва : Эксмо, 2020. — 256 с. : ил. — (Лучший мировой опыт).
13. Бауэркокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика : интегрированная цепь поставок. 2-е изд. \ Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2005. – 640 с.

Політика курсу

Підсумковий семестровий контроль знань проводиться як сумарне оцінювання за результатами всіх ПМК проведених протягом семестру. Кількість балів з дисциплін, з яких оцінка рівня знань здійснюється за результатами тільки поточного модульного контролю (від 0 до 100 балів включно), вноситься до семестрової відомості обліку успішності за

поточним модульним контролем і є основною для визначення загальної успішності.
Останній ПМК (залік) у семестрі буде проводитися на останньому в семестрі занятті. У разі невиконання певних завдань поточного контролю з об'єктивних причин здобувачі мають право скласти їх за дозволом завідувача кафедри до останнього заняття у семестрі (час та порядок складання визначає викладач за графіком консультацій) або в період додаткової заліково-екзаменаційної сесії.
Причиною недопущення здобувача до підсумкового оцінювання може бути також наявність фінансової заборгованості.
Здобувач вищої освіти має право на апеляцію результатів підсумкового контролю. Здобувач подає заяву на ім'я проректора із забезпечення якості вищої освіти протягом трьох робочих днів з дати оголошення результатів. У заяві слід вказати факти некоректності питань або необхідних відповідей на них, їх виходу за рамки програми, порушення викладачем процедури проведення контролю або недотримання ним описаної в програмі дисципліни методики виведення оцінки.
В результаті розгляду апеляції раніше виставлена оцінка може бути збережена, а може бути змінена як у бік підвищення, так і в бік зниження.
Здобувачі мають право складати *екзамени та заліки* з метою підвищення підсумкової оцінки з одної дисципліни у семестр за заявою.
Здобувачі вищої освіти мають право виражати власну думку і не погоджуватися з трактуванням подій, які висвітлюються в межах програмного матеріалу, але вони зобов'язані вивчити необхідний обсяг матеріалу згідно з вимогами до предмету. Здобувачі повинні нести відповідальність за виконання необхідних вимог до курсу і оволодіння необхідною кількістю знань.

Політика щодо забезпечення академічної доброчесності

Під час опанування дисципліни здобувачі повинні дотримуватися академічної доброчесності. Відповідно до Закону України «Про освіту» *академічна доброчесність* – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.
Від здобувачів вимагається:
- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилання на джерела інформації під час виконання дослідницької роботи;
- відсутність запозичень інформації (списування) при написанні письмових робіт;
- дотримання етичної поведінки по відношенню до інших здобувачів, викладачів та інших співробітників університету.
У разі порушення цих вимог, викладач має право звернутись для розгляду ситуації до Комісії з питань академічної доброчесності.
У разі неетичної поведінки викладача (образлива поведінка, сексуальні домагання, несправедливе оцінювання та ін.) здобувач також має право звернутись з заявою до Комісії з питань академічної доброчесності.

Політика щодо поведінки в аудиторії

Під час вивчення курсу здобувачі вищої освіти мають право на поважне та шанобливе

ставлення до себе та інших з боку будь-кого в університеті. Вони повинні стежити за своїм зовнішнім виглядом та приходити в аудиторію охайними, акуратно одягненими та підтримувати гігієнічні вимоги. Не допускається приходити в аудиторію в спортивному, пляжному одязі тощо. Бажаним є діловий стиль одягу. Кожен здобувач вищої освіти має право вільно висловлювати свої думки, якщо вони не заперечують аналогічного права інших і не принижують людської гідності.

Студенти зобов'язані бути чесними; поважно ставитися до викладачів, співробітників та студентів університету; нести відповідальність за свої дії і наслідки, до яких вони призводять; відвідувати заняття згідно з розкладом, якщо немає документального підтвердження поважної причини їх пропуску; приходити на заняття вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача; виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни; активно готуватися до занять і брати участь в роботі під час занять, при цьому даючи можливість іншим студентам робити свій внесок у навчальний процес.

Якщо здобувач вищої освіти запізнився на заняття, він мусить тихо зайти до аудиторії і сісти на вільне місце, не розмовляти та не заважати іншим, не перериваючи навчального процесу. Всі завдання, які виконуються здобувачем вищої освіти, перевіряються викладачем протягом трьох робочих днів. Якщо виконана робота надається в електронному вигляді у вихідні дні, відлік часу для перевірки починається з першого робочого дня тижня.

Назва дисципліни: Маркетингові дослідження

Анотація

Мета курсу: є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок для організації та проведення досліджень за найважливішими напрямками маркетингу. При цьому особливий наголос робиться на опанування вміннями та навичками самостійного планування, розробки та реалізації процесу збору маркетингової інформації за основними напрямами маркетингових досліджень.

Основні компетентності, що формуються:

- Здатність приймати обґрунтовані рішення;
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
-Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.
- Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

-Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

-Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	7	4 / обов'язкова 1 кредит курсова робота	Красовська О.Ю. к.е.н., доц.	120 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 78 год. самостійної роботи) 30 год. курсова робота
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**

РН5.1. Розуміти місце маркетингових досліджень в структурі маркетингу і управління підприємством в умовах ринкової економіки. РН5.2. Демонструвати знання різновидів маркетингової інформації та основні джерела її здобування. РН5.3. Ідентифікувати	Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Виконання практичних

основні етапи проектування маркетингового дослідження. РН5.4. Володіти теоретичними засадами методів і технології проведення маркетингових досліджень та знати особливості їх використання. РН5.5. Засвоїти знання про різноманітні варіанти обробки результатів маркетингових досліджень. РН5.6. Ідентифікувати основні об`єкти та напрямки проведення маркетингових досліджень. РН12.1. Визначати необхідність проведення маркетингових дослі джень при аналізі різноманітних аспектів управління маркетингом, прийнятті маркетингових рішень. РН.12.2. Застосовувати методи та технології дослідження, які необхідні при аналізі таких найважливіших аспектів маркетингу, як аналіз конкурентів, ринку, товару, споживачів, ефективності реклами та ін. РН12.3. Розробляти програми та опитувальні листи для проведення невеликих за обсягами опитувань споживачів товарів та послуг. РН12.4 Обробляти інформацію маркетингового	практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, самостійна робота, дослідження за темою курсової роботи Кейс стаді, практичні заняття, виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Кейс стаді, практичні заняття, виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, презентації, дослідження за темою курсової роботи Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації, дослідження за темою курсової робот Написання курсової роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	завдань та участь в обговоренні Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Оцінка практичних навичок Оцінка результатів дослідження та практичних навичок Оцінка кейс стаді, есе Презентація кейсу в малій групи, індивідуальна презентація Оцінювання розв'язання кейсу в малій групі, курсова робота

дослідження (в тому числі з використанням спеціальних програм на комп'ютері) та аналізувати її з метою пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства. РН 18.1. Здатен пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. РН 18.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення. РН22.1 Здатен брати ініціативу та формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей в процесі організації та проведення маркетингових досліджень.	Кейс стаді, дискусія, захист курсової роботи Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації, дослідження за темою курсової робот Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації, дослідження за темою курсової робот	Оцінювання практичних завдань, курсова робота Курсова робота, оцінка результатів дослідження і виконання кейс стаді Оцінювання практичних завдань, курсова робота Курсова робота Екзамен
Оцінка		

Підсумкова оцінка

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)
40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 1 есе, 1 аналітичне завдання та 1 аналітично-розрахункову задачу)
60% Поточна оцінка:
10% Участь у дискусії
20% Кейс стаді
20% оцінка практичних навичок (виконання аналітичних завдання і аналітично-розрахункових завдань)
10% оцінка результату наукового дослідження (есе, тези на конференцію)

Курсова робота оцінюється окремо, і її оцінка не включається до підсумкової оцінки курсу.

Успішне заповнення курсової роботи є необхідною умовою допуску студента до екзамену.

Зміст

Тема 1. Маркетингові дослідження в структурі маркетингу
Тема 2. Маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення маркетингу Тема 3. Програмування та організація маркетингового дослідження
Тема 4. Тема 4. Класифікація методів маркетингового дослідження
Тема 5. Аналіз документів та спостереження
Тема 6. Опитування в маркетинговому дослідженні
Тема 7. Метод експертних оцінок в маркетингових дослідженнях
Тема 8. Експеримент в маркетингових дослідженнях
Тема 9. Спеціальні маркетингові дослідні методи
Тема 10. Проблеми репрезентативності інформації та вибірки в маркетингових дослідженнях
Тема 11. Вимірювання та аналіз інформації в маркетинговому дослідженні Тема 12. Маркетингові дослідження мікро- та макросередовища маркетингу Тема 13. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів фірми
Тема 14. Дослідження ринку, визначення його місткості та сегментів
Тема 15. Вивчення товару, дослідження проблем нового товару, що виводиться на ринок Тема 16. Вивчення споживачів товарів та послуг, їх мотивацій, споживацької поведінки Тема 17. Маркетингові дослідження фірми, її іміджу, персоналу
Тема 18. Маркетингові дослідження системи формування попиту та стимулювання збуту. Аналіз ефективності реклами

Література

Основна

1. Полторак В. А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська; Київ: Центр навчальної літератури, 2014. – 342 с.
2. Зозулев А.В., Солнцев С.А. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: Учеб. пособие / А.В. Зозулев, С.А. Солнцев; Рыбари. – М., К.: Знання, 2008. – 643с.

Додаткова

3. Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению / И. С. Березин; Издательство: Юрайт, 2012. – 384 с.
4. Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования: учебное пособие / И. Е. Корнеева, Н. Б. Сафронова; Издательство: Дашков и Ко, 2019. – 296 с.
5. Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А.В. Коротков; 2012. – 596 с.
6. Маркетинговые исследования: учебник для СПО / под общ. ред. О.Н. Романенкова. – М.: Юрайи, 2016. - 315 с.
7. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / О.М. Игрунова, Е.В. Манакова, я.Г. Прима. – С.-П.: Питер. – 2017. – 224 с.
8. Пректер Р., Фрост А. Волновой прнцип Эллиотта. Ключ к пониманию рынка / Р. Пректер, А. Фрост. – М.: Альпина Паблишер. – 2018.
9. Стратегический маркетинг. Harvard Business Review: 10 лучших статей. – М.: Альпина Паблишер. – 2018. – 224 с.
10. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования / Д. В. Тюрин; Издательство: Юрайт, 2013. – 352с.

Інформаційні ресурси

1. MarketingWeek - http://www.marketingweek.co.uk/
2. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
3. Компанія - http://www.ko.ru/
5. Маркетинг та маркетингові дослідження - http://www.grebennikov.ru/marketing_researches.phtml
6. Маркетинг. Менеджмент - http://www.mgmt.ru/index.html
7. Новий маркетинг - http://marketing.web-standart.net/
8. Практический маркетинг - http://www.bci-marketing.aha.ru/

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх
Бере активну участь в практичних заняттях
Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;
Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.
Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)
Бере участь в практичних заняттях, дискусіях
Виконує всі модульні контрольні роботи
Демонструє добре знання поставленої проблеми
Призводить досить аргументовані відповіді
Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів
Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення
Аргументи вірні, але обмежені / недостатні
Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:
Виконує не менше 50% отриманих завдань
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Маркетингові комунікації

Анотація

Мета курсу: оволодіння знаннями та навичками формування маркетингової комунікаційної політики сучасних підприємств, а також використання ними інструментів маркетингових комунікацій у професійній діяльності.

Основні компетентності, що формуються:

– здатність усвідомлювати сутність та зміст макро- та мікросередовища маркетингу, основи сегментування ринку, вибору цільових сегментів та позиціонування, структурні елементи комплексу маркетингу підприємства, основи формування товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики, теоретичні основи організації та здійснення маркетингових досліджень, принципи організації маркетингової діяльності;

– здатність демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках;

– здатність використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, статистичні, математичні інструменти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію;

– здатність володіти елементарними організаційними навичками, які дозволяють досягти професійних цілей, виконувати функціональні обов’язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення;

– здатність проявляти вміння нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	7	4,5/обов’язкова	Яременко С.С., к.е.н., доц.	135 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 93 год. самостійної роботи)

Результати навчання:	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 5.1. Знати категорійний апарат маркетингу та сучасні тенденції у цій галузі знань.	Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій
РН 5.2. Розуміти основи формування комунікаційної політики та принципи організації маркетингової діяльності	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 6.1. Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні

промислових, в т.ч. міжнародних, ринках. РН 10.1. Використовувати інструменти маркетингових комунікацій для належного провадження маркетингової діяльності підприємства. РН 10.2. Вміти обирати дієві та актуальні інструменти маркетингових комунікацій для підвищення ефективності діяльності підприємства. РН 17.1. Може активно працювати у команді над створенням рекламних текстів/ідей чи програм просування. РН 17.2. Може виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення РН 23.1. Проявляти вміння нести відповідальність за результати своєї діяльності. РН 23.2. Вміти виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. **РН 5.1-5.2, РН 6.1, РН 10.1-10.2, РН 17.1-17.2, РН 23.1-23.2**	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study) Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, Самостійна робота	Оцінка практичних навичок Участь у семінарі, тест, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій Екзамен

Оцінка

Підсумкова оцінка:

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 24 тести, 1 теоретичне питання та 1 аналітично-розрахункову задачу)

60% Поточна оцінка:

10% участь у дискусії, мозковому штурмі

20% тест (вибір декількох)

20% розв'язуванням задач (письмово)

10% аналіз ситуацій (case-study)

Зміст
Тема 1. Комунікації в системі маркетингу Тема 2. Основи класифікації понять у маркетингових комунікаціях Тема 3. Рекламування товару Тема 4. Стимулювання збуту Тема 5. Організація роботи з громадськістю (паблік рилейшнз) Тема 6. Реклама на місці продажу (мерчандайзинг) Тема 7. Прямий маркетинг Тема 8. Персональний продаж Тема 9. Організація маркетингових комунікацій
Література
Основна
1. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій / Т.О. Примак – К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. – 328 с. 2. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / І.В. Король. – Умань: Візаві, 2018. – 191 с.
Додаткова
3. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник/ Т.Г. Діброва. – К.: Ліра-К, 2009. – 320с. 4. Дашевська О.В. Маркетингові комунікації: збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи / О.В. Дашевська. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2012. – 80с. 5. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. - Тернопіль: Карт-бланш, 2006. - 275 с. 6. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: принципы и практика в эпоху информации / Р. Бландел - СПб.: Питер, 2000. 7. Королько В.Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика / В.Г Королько. – К.: Скарби, 2001. – 399 с. 8. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж.Бернет, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001. – 864с. 9.Яременко С.С. Ефекти маркетингового комунікаційного впливу на споживачів / С.С. Яременко // Економічний нобелівський вісник 2014. № 1 (7). – С.516-525. 10. Тараненко І.В., Яременко С.С. Інноваційна трансформація комплексу маркетингових комунікацій в умовах глобалізації / І.В. Тараненко, С.С. Яременко // Економічний нобелівський вісник. 2016. № 1 (9). – 280 с. – С. 207-217.
Інформаційні ресурси
1. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml 2. Компанія - http://www.ko.ru/
Політика курсу
Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача. **Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів.** Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання). **Політика щодо академічної доброчесності**: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження, практичних завдань, при складанні екзамену суворо

заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Маркетинг промислового підприємства				
Анотація Курс спрямований на формування у студентів комплексу базових понять та концепцій маркетингової діяльності на промисловому ринку та набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок для організації маркетингової діяльності промислового підприємства.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	7	4,5 / обов’язкова	Мішустіна Т.С. к.е.н., доц.	135 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 93 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 1.1. Сутність і тенденції розвитку промислового маркетингу; РН 1.2. Особливості маркетингової діяльності на промислових ринках; РН 1.3. Специфіку планування, контролю і аналізу ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства та інших важливих складових промислового маркетингу. РН-7 Правильно інтерпретувати економічні явища на рівні підприємства, регіону та національної економіки, аналізувати причини і хід економічних та бізнес-процесів, виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб’єктів. РН-8 Визначати способи аналізу і передбачення ринкових явищ та процесів із погляду фундаментальних принципів, теоретичних		Проблемне викладання: чітке формулювання основних понять, їхня практична спрямованість, приклади проблемних ситуації і залучення аудиторії до їхнього вирішення Періодичний діалог з аудиторією Використання ілюстративного матеріалу й технічних засобів навчання (мультимедійних систем) Організація роботи на занятті у формі ділової гри Дискусія з актуальних проблемних питань Використанням імітаційних методів вивчення дисципліни Аналіз конкретних ситуацій (case-study) Презентація результатів самостійної роботи Робота у малих групах Робота в парах для вирішення проблемних завдань		Усні відповіді на запитання Пояснення зв’язків, залежностей, ходу роз’яснення задач Презентація результатів ІНДР Доповідь Письмові тести Письмова відповідь на запитання Самостійна робота Розв’язування задач Комп’ютерне тестування Розв’язання задач у відповідних програмних продуктах

знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН-10 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію. РН-11 Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. РН-12 Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію. РН-13 Використовувати знання професійної та практичної підготовки з маркетингу для моніторингу основних характеристик маркетингового середовища, при проведенні маркетингових досліджень, здійсненні сегментування ринку та позиціонування товару/послуги на ринку, формуванні товарної, цінової, комунікаційної та розподільчої політики та організації маркетингової діяльності	Вирішення розрахункових завдань Перехресне бліц-опитування Есе Дискусія Наукове дослідження Робота з літературою, інтернет пошук,	
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: Приклад: 20% участь у дискусії		

10% участь у рольовій грі
20% тест (вибір декількох, комп'ютерний)
30% індивідуальне завдання (написаний)
20% презентації (усні, мультимедіа)

Зміст

1. Сутність, завдання і тенденції розвитку промислового маркетингу
2. Стратегії промислового маркетингу стосовно окремих видів товарів.
3. Ринки промислових товарів та особливості маркетингової діяльності. Конкуренція на промисловому ринку.
4. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві
5. Кон'юнктура ринку промислової продукції
6. Сегментування ринку.
7. Маркетинг у галузі закупівлі промислових товарів
8. Товарна політика та управління асортиментом продукції
9. Цінова політика
10. Управління розподілом і збутом готової продукції. Планування і регулювання збутових запасів
11. Комунікаційна політика промислового підприємства

Література

Основна

1. Оснач, О. Ф. Промисловий маркетинг : підручник для ВНЗ / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 363 с.(базовий підручник).
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. - 619с.
3. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства. [текст] : навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Додаткова

4. Бест Р. Маркетинг от потребителя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 696 с.
5. Колотилов Е.А. Продажи b2b. 101+ кейс. – СПб.: Питер, 2019. – 208 с.
6. Кумар Нирмаля Продавцы ценности. Как добиться увеличения продаж на рынках B2B, не прибегая к снижению цен/ Нирмаля Кумар, Джеймс А.Нэрус.- Издательство: Гревцов Паблишер, М. 2009, 240 с.
7. Макнейл Р. Маркетинговые исследования в сфере B2B / Р. Макнейл.- Издательство: Баланс Бизнес-Букс, 2007, - 432с.
8. Минетт С. Маркетинг B2B и промышленный брендинг. – М.: Диалектика / Вильямс, 2019. – 208 с.
9. Старостіна А. О. Промисловий маркетинг: Підручник / А.О. Старостіна, А.О. Длігач, В.А. Кравченко.– Знання.- К., 2005.
10. Уэбстер Фредерик Основы промышленного маркетинга/ Фредерик Уэбстер.-Изд. Дом Гребенникова, М.,2005,- 416с.
11. Чернышева А.М. Промышленный (b2b) маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. – М.: Юрайт, 2019. – 433 с.
12. Ястремська О.М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання / Ястремська О М., Тімонін О.М., Тімонін К.О. Монографія. — Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. — 244 с.
13. Laura Johanna Oberle Servitization of Industrial Enterprises through Acquisitions: A Success Story - Springer – Switzerland, 2020

14. Saavedra Claudio A. The Marketing Challenge for Industrial Companies. Advanced Concepts and Practices- Springer – Switzerland, 2016, - 423p.

English

Compulsory reading

1. Andersen, P., Robert, A., de Bellefonds, N. and Ratajczak, D. (2017). How Digital Leaders Are Transforming B2B Marketing. Boston Consulting Group. Retrieved 9 December 2019 from https://www.bcg.com/en-us/publications/2017/marketingsales-how-digital-leaders-transforming-b2b.aspx.
2. Laura Johanna Oberle Servitization of Industrial Enterprises through Acquisitions: A Success Story - Springer – Switzerland, 2020
3. Saavedra Claudio A. The Marketing Challenge for Industrial Companies. Advanced Concepts and Practices- Springer – Switzerland, 2016, - 423p.
4. Cortez, R.M., Johnston, W.J. 2017. The future of B2B marketing theory: A historical and prospective analysis. Industrial Marketing Management 66, 90–102.
5. Yin, R.K. (2018). Case Study Research and Applications – Design and Methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Recommended reading

1. Biemans, W., Griffin, A. 2018. Innovation practices of B2B manufacturers and service providers: Are they really different? Industrial Marketing Management 75, 112-124
2. Kyriakopoulos, K., Hughes, M., Hughes, P., 2016. The role of marketing resources in radicalinnovation activity: Antecedents and payoffs. Journal of Product Innovation Management 33 (4), 398–417
3. Lilien, G.L. 2016. The B2B knowledge gap. International Journal of Research in Marketing 33 (3), 543–556.
4. Esparza, E. (2015, March 30). 10 Best Practices for Better B2B Website Experience. ConversionXL. Retrieved 26 February 2019 from: https://conversionxl.com/blog/10-best-practices-for-better-b2b-website-experience/.
5. HubSpot (2018). Lead Generation: A Beginner's Guide to Generating Business Leads the Inbound Way. HubSpot blog. Retrieved 3 January 2019 from https://blog.hubspot.com/marketing/beginner-inbound-lead-generation-guide-ht. Blogpost.

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені

заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх. Бере активну участь в практичних заняттях. Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення; Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання. Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження.

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня). Бере участь в практичних заняттях, дискусіях Виконує всі модульні контрольні роботи. Демонструє добре знання поставленої проблеми. Призводить досить аргументовані відповіді Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем). Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення. Аргументи вірні, але обмежені / недостатні. Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань. Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи. У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань. У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання. Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань. У завданнях присутній плагіат. Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі. Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання

Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Міжнародний маркетинг				
Анотація **Мета курсу:** опанування теоретичних засад, конкретних методів та інструментів міжнародного маркетингу для забезпечення конкурентоспроможності національних підприємств на зарубіжних ринках в умовах нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища. **Основні компетентності, що формуються:** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. Здатність працювати в міжнародному контексті. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	7	4 / обов'язкова 1 кредит	Тараненко І.В. д.е.н., проф.	120 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 78 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6.1. Демонструвати знання інструментів і технологій міжнародного маркетингу. РН 6.2. Розуміти особливості використання інструментів і технологій міжнародного		Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота, пошук в Інтернеті, написання есе, тест Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, презентація		Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань, есе, тест Оцінювання практичних завдань та участі в обговоренні

маркетингу у вітчизняних компаніях в умовах нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища		
РН 9.1. Застосовувати набуті теоретичні знання у сфері міжнародного маркетингу для розв'язання практичних завдань.	Практичні заняття, самостійна робота під керівництвом викладача, виконання практичних завдань, кейс стаді	Оцінка практичних завдань, відповідей на запитання кейсів
РН 9.2. Використовувати сучасні методи та інструменти міжнародного маркетингу в діяльності українських підприємств на зовнішніх ринках.	Практичні заняття, виконання практичних завдань, кейс стаді	Оцінка практичних завдань, відповідей на запитання кейсів та практичних навичок
РН 9.3. Пропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності товарів та підприємств на зарубіжних ринках з використанням методів міжнародного маркетингу;	Практичні заняття, самостійна робота виконання практичних завдань, кейс стаді, презентація	Оцінка практичних завдань, кейс стаді, презентації
РН 9.4. Аналізувати середовище міжнародного маркетингу та обирати зарубіжні ринки для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.	Лекції, практичні заняття, самостійна робота, виконання практичних завдань,	Оцінка практичних завдань
РН 9.5. Обирати міжнародні маркетингові стратегії виходу та діяльності на зарубіжних ринках.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Оцінка практичних завдань
РН 19.1. Дотримуватися соціальних норм і правил при співпраці з зарубіжними партнерами, враховувати	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Оцінка практичних завдань

їх національні культурні, релігійні традиції та цінності. РН 19.2. Поважати різноманіття та міжкультурність. РН 21.1. Усвідомлювати динамічні зміни в економіці країни та світу, демонструвати гнучке мислення. РН 21.2. Набути навичок самостійної роботи, відкритості до нових знань. **РН 6.1, 6.2, РН 9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.5, РН 19.1, 19.2, РН 21.1, 21.2**	Лекції, дискусія, практичні заняття, самостійна робота Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, презентація, самостійна робота Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, написання есе, тез на наукову конференцію	Оцінювання практичних завдань, участь в дискусії Оцінка результатів дослідження і презентації Оцінка результатів дослідження, есе, презентації тез Екзамен

Оцінка

Підсумкова оцінка

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 1 есе, 1 аналітичне завдання та 1 аналітично-розрахункову задачу)

60% Поточна оцінка:

10% Участь у дискусії

20% Кейс стаді

30% оцінка практичних завдань (виконання аналітичних завдань і аналітично-розрахункових завдань)

10% оцінка презентації виконаних завдань

Зміст

Тема 1. Зміст і основні поняття міжнародного маркетингу

Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище

Тема 3. Міжнародна конкурентоспроможність товару і підприємства

Тема 4. Міжнародні маркетингові дослідження

Тема 5. Вибір зарубіжних ринків та моделі входження в зовнішній ринок

Тема 6. Міжнародні маркетингові стратегії

Тема 7. Міжнародний комплекс маркетингу

Література

Основна

1. Міжнародний маркетинг: навч. посібник. Вид. 2-ге / за ред. Козака Ю.Г., Смичка С., Літовченко І.Л. К.: 2014. – 388 с. (*базовий підручник*)
2. Черномаз П.О. Міжнародний маркетинг / П.О. Черномаз. – К.: Академвидав, 2010. – 272 с.
3. Міжнародний маркетинг: Підручник / О.М. Азарян, О.О. Шубін, В.В. Дергачова та ін.; За

ред. д-ра екон. наук, проф. О.М. Азарян. – К.: Студцентр, 2007. – 464 с.

Додаткова

1. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг у діяльності українських підприємств / О. Л. Каніщенко. — К.: Знання, 2007. –446 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2007. – 712 с.
3. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг / Т.М. Циганкова; КНЕУ. – К.: КНЕУ, 2005. – 232 с.
4. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Навч. посіб. / О.Л. Каніщенко; 2-ге вид., переробл. — К.: Кондор, 2004. — 152 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф.Котлер, пер. с англ. под ред Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – С.Пб.: Питер, 2007. – 752 с.
6. Багиев Г. Л. Международный маркетинг / Г.Л. Багиев, С.В. Никифорова. — СПб.: Питер, 2004. — 512 с.
7. Маркетинг: Ситуаційні вправи: Навч. посіб./ Упоряд.: О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навч.-метод.центр «Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2004. – 504 с.
8. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: Навч. пос. / В.А.Полторак; 2-е вид.; ДУЕП. – Д.: ДУЕП, 2002. – 387 с.
9. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук та ін.; За наук. ред. д-ра наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – 584 с.
10. Корінєв В.Л. Міжнародний маркетинг [В.Л. Корінєв, В.В. Кулішов, Б.М. Одягайло]. За ред. проф. Кулішова В.В. – Львів: «Магнолія 2006», 2011. – 384 с.
11. Sak Onkvisit and John Shaw (2004, 2007) International Marketing. Analysis and Strategy, 4th ed. Routledge, NY-London; Taylor & Francis e-Library.
12. Michael R. Czinkota and Ilkka A. Ronkainen (2007). Intenational marketing, South-Western, Cengage Learning.
13. Philip R. Cateora, Mary C. Gilly, John L. Graham (2011). International Marketing, 15th ed. McGraw-Hill, NY, 2011.
14. Isobel Doole, Robin Lowe (2008). International Marketing Strategy. Analysis, Development and Implementation, 5th ed. South-Western, Cengage Learning.

Інформаційні ресурси

The Hofstede Centre http://geert-hofstede.com/cultural-dimensions.html

The World Bank: Doing Business 2017 / http://www.doingbusiness.org/

Competitive Alternatives (KPMG Guide to International Business Location Costs) 2016 Edition / http://www.kpmg.com/

www.4p.ru

www.marketing.spb.ru

www.marketologi.ru

www.management.com.ua

www.advertology.ru

www.marketingmix.com.ua

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з

інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:
Виконує не менше 50% отриманих завдань
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань
У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання
Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Поведінка споживача

Анотація

Мета курсу: набуття теоретичних знань про напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживача, взаємодію зі споживачем на ринку, розкриття сутності й складу системи маркетингових досліджень, прогнозування поведінки споживача;
- опанування практичних навичок щодо використання цих механізмів для досягнення мети організації шляхом передбачення й задоволення потреб споживача у ринкових умовах.

Основні компетентності, що формуються:

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	8	4 / обов'язкова	Тараненко І.В. д.е.н., проф.	105 год. (16 год. лекцій, 16 год. практичних занять, 73 год. самостійної роботи)

Результати навчання	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 6.1. Демонструвати знання інструментів і технологій впливу на поведінку споживача	Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота, пошук в Інтернеті, написання есе, тест	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань, есе, тест
РН 6.2. Розуміти особливості використання інструментів і технологій впливу на поведінку споживача в умовах нестабільності та	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, презентація	Оцінювання практичних завдань та участі в обговоренні

невизначеності зовнішнього середовища		
РН 9.1. Застосовувати набуті теоретичні знання у сфері поведінки споживача, моделей прийняття споживацьких рішень для розв'язання практичних завдань.	Практичні заняття, самостійна робота під керівництвом викладача, виконання практичних завдань, кейс стаді	Оцінка практичних завдань, відповідей на запитання кейсів
РН 9.2. Використовувати сучасні методи та інструменти впливу на поведінку споживача при формуванні комплексу маркетингу 4Р.	Практичні заняття, виконання практичних завдань, кейс стаді	Оцінка практичних завдань, відповідей на запитання кейсів та практичних навичок
РН 9.3. Пропонувати шляхи підвищення конкурентоспроможності за допомогою управління попитом на товари підприємств та підвищення споживацької лояльності;	Практичні заняття, самостійна робота виконання практичних завдань, кейс стаді, презентація	Оцінка практичних завдань, кейс стаді, презентації
РН 9.4. Аналізувати фактори внутрішнього та зовнішнього впливу на поведінку споживача та враховувати їх у маркетинговій діяльності підприємства.	Лекції, практичні заняття, самостійна робота, виконання практичних завдань,	Оцінка практичних завдань
РН 9.5. Застосовувати методи маркетингових досліджень для побудови профілю споживача та адаптації моделей споживацької поведінки до конкретних умов	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Оцінка практичних завдань
РН 19.1. Дотримуватися соціальних норм і правил при взаємодії зі споживачем, знати і поважати права	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Оцінка практичних завдань

споживача РН 19.2. Поважати різноманіття та міжкультурність, враховувати культурні, релігійні традиції та цінності споживачів. РН 21.1. Усвідомлювати динамічні зміни в економіці, демонструвати гнучке мислення. РН 21.2. Набути навичок самостійної роботи, відкритості до нових знань. **РН 6.1, 6.2, РН 9.1, 9.2, 9.3, 9.4, 9.5, РН 19.1, 19.2, РН 21.1, 21.2**	Лекції, дискусія, практичні заняття, самостійна робота Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, презентація, самостійна робота Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, написання есе, тез на наукову конференцію	Оцінювання практичних завдань, участь в дискусії Оцінка результатів дослідження і презентації Оцінка результатів дослідження, есе, презентації тез Екзамен

Оцінка

Підсумкова оцінка

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Екзамен (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає тести, 2 аналітичних завдання)

60% Поточна оцінка:

10% Участь у дискусії

20% Кейс стаді

30% оцінка практичних завдань (виконання аналітичних завдань і аналітично-розрахункових завдань)

10% оцінка презентації виконаних завдань

Зміст

Тема 1. Поведінка споживача в умовах економічного обміну

Тема 2. Наукові підходи до аналізу поведінки споживача

Тема 3. Міжнародна конкурентоспроможність товару і підприємства

Тема 3. Процес прийняття споживацького рішення

Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживача

Тема 5. Вплив зовнішнього середовища на поведінку споживача

Тема 6. Поведінкова реакція покупців

Тема 7. Особливості прийняття рішень організаційним споживачем

Тема 8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача

Тема 9. Сучасні методи дослідження поведінки споживача

Тема 10. Особливості українських споживачів

Література

Основна

1. Окландер М.А. Поведінка споживача / М.А. Окландер; – К.: ЦУЛ, 2017. – 320 с. (базовий підручник).

2. Зозулев А.В. Поведение потребителя / А.В. Зозулев; – К.: Знання, 2004. – 364 с.

Ларіна Я.С. *Поведінка споживача: навч. посібник* / ***Я.С. Ларіна, А. В. Рябчик; – К.: Академія, 2014. – 224 с.***

3. Прокопенко О.В. Поведінка споживачів: навч. посібник / О.В. Прокопенко, М.Ю. Троян; К.: Центр учбової літератури, 2008. – 176 с. Електронна версія http://pidruchniki.com/16250212/psihologiya/povedinka_spozhivachiv

Додаткова

1. Блэкуэл Д. Поведение потребителей/ Д. Блэкуэл, П. Миниард, Дж. Энджел; Питер – СПб., 2007. – 624 с.
2. Васильев Г.А. Поведение потребителей: учебное пособие / Г.А. Васильев; – М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2010. – 410 с.
3. Гантер Б. Типы потребителей: введение в психографику / Б. Гантер, А. Фернхам; Питер – СПб.: 2001. – 304 с.
4. Попова Л.О. Поведінка споживачів / Л.О. Попова, Т.Л. Мітяєва; Харків: Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі, 2007. – 168 с.
5. Сергеев А.М. Поведение потребителей: учебное пособие. Полный курс МВА / А.М. Сергеев, Е.А. Бойченко; М.: Эксмо, 2006. – 320 с.
6. Соломон, Майкл Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке/ М.Р. Соломон;– СПб.: ООО “ДиаСофтЮП”, 2003. –784 с.
7. Статт Д. Психология потребителя / Д Статт; Питер – СПб.; 2003. – 420 с.
8. Страшинська Л.В. Поведінка споживачів. Конспект лекцій для студентів спеціальності «Маркетинг» / Л.В. Страшинська; ЕКОМЕН – К., 2010. – 101 с.
9. Тараненко И.В. Маркетинговое исследование покупательских предпочтений при выборе предприятий розничной торговли / Тараненко И.В., Фесун М.Н., Русина А.А. // Академічний огляд: економіка та підприємництво, 2012. - №1 (35). - С 131 – 137.

Періодичні видання

Маркетинг в Україні

Маркетинг и реклама

Отдел маркетинга

Маркетинг

Рекламные технологии

Практика продаж

Новый маркетинг

Інформаційні ресурси в інтернеті

1. http://www.4p.ru
2. http://www.marketingmix.ru
3. http://www.marketingweek.co.uk/
4. http://www.ko.ru/
5. http://www.mgmt.ru/index.html
6. http://www.marketolog.ru/
7. http://marketing.web-standart.net/
8. http://www.bci-marketing.aha.ru/

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію (конференцію zoom) вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за

погодженням з викладачем)
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення
Аргументи вірні, але обмежені / недостатні
Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.
Студент отримує D (E), якщо:
Виконує не менше 50% отриманих завдань
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань
У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання
Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Маркетингове ціноутворення				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): **Метою дисципліни** є формування у здобувачів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо розроблення та реалізації маркетингової цінової політики підприємства, ціноутворення на нові і традиційні товари та послуги, державного регулювання цін. Основні **компетентності**, набуттю яких сприяє вивчення дисципліни: Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, бути критичним і самокритичним, генерувати нові ідеї. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації. Володіння теоретичними засадами та методами маркетингового ціноутворення. Володіння маркетинговими інструментами і технологіями управління попитом і впливу на поведінку споживача.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	VIII	3,5 / обов’язкова	Красовська О.Ю., к.е.н., доц.	105 год. (24 год. лекцій, 16 год. практичних занять, 65 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН3.1 Розуміти місце маркетингового ціноутворення в діяльності підприємства та його взаємозв‘язок зі стратегічними цілями підприємства та елементами маркетингового комплексу; РН3.2 Володіти основними принципами маркетингового ціноутворення на		Інтерактивні лекції, дискусія, обговорення у малих групах, тестування		Участь у дискусії Участь в обговоренні у малих групах, тест

підприємстві; РН3.3 Усвідомити основні функції та види цін;		
РН5.1 Володіти загальними методами та механізмами встановлення цін на нові, існуючі та зняті з виробництва товари; РН5.2 Ідентифікувати основні маркетингові стратегії ціноутворення та варіанти диференціації ціни; РН5.3 Розуміти загальні механізми державного регулювання цін;	Інтерактивні лекції, дискусія, тестування, ділова гра	Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест
РН11.1 Розробляти систему знижок та диференціації цін в контексті реалізації маркетингової політики ціноутворення РН11.2 Визначати основні фактори, що впливають на політику ціноутворення підприємства, та досліджувати їх в динаміці; Обчислювати ціну за різними методиками;	Інтерактивні лекції, обговорення у малих групах, розв'язання задач, тестування	Участь в обговоренні, тест, кейс, задачі
РН13.1 Формувати маркетингову цінову стратегію підприємства в контексті загальних цілей підприємства, напрямків його діяльності та	Інтерактивні лекції, обговорення у малих групах кейсів	Участь у обговоренні кейсу, вправи

зовнішніх факторів; РН13.2 Розробляти комплекс заходів щодо реалізації маркетингової цінової стратегії; РН13.3 Позиціонувати підприємство за допомогою різноманітних стратегій ціноутворення;		
РН 18.1. Здатен пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. РН 18.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення.	Дискусія, обговорення у малих групах кейсів	Участь у обговоренні кейсу
РН23.1 Здатен нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи в процесі розробки та реалізації маркетингової цінової політики	Дискусія, обговорення у малих групах кейсів	Презентація результатів групового рішення, захист міні-проектів
Оцінка		

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:
60% - поточний контроль. З них: 15 % - тестування; 15 % - участь у дискусіях та кейс-стаді; 15 % - модульні контрольні роботи у формі есе, тестів та вправ; 15 % - вирішення задач та вправ. 40% - підсумковий іспит. Зокрема: 10 % - комп'ютерне тестування; 15 % - есе; 15 % - задача.
Зміст
Тема 1. Сутність і роль маркетингового ціноутворення в діяльності підприємства Тема 2. Основні функції ціни. Види цін Тема 3. Фактори маркетингового ціноутворення Тема 4. Маркетингові стратегії ціноутворення Тема 5. Методи ціноутворення Тема 6. Диференціація цін Тема 7. Маркетингові дослідження в процесі реалізації цінової політики Тема 8. Державне регулювання процесів ціноутворення Тема 9. Ціноутворення брендів
Література
Основна 1. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Підручник / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. - К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 284 с. 2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.. – 4.вид., доп. – К. : Лібра, 2008. – 720 с. 3. Гладких И.В. Ценовая стратегия компании. Ориентация на потребителя / И. В. Гладких. – Издательство: Высшая школа менеджмента, 2013. – 472 с. 4. Ціноутворення в умовах ринку: Навчальний посібник / Л. Останкова, Ю. Літвінов, Т. Літвінова, О. Підгорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2017. – 400 с. **Додаткова** 5. Грищенко И.И. Маркетинг и ценообразование. Практикум / И. И. Грищенко, Г. Н. Кожухова, В. Л. Кузьменко, Т. М. Тишковская. – Издательство: Издательство Гревцова, 2013. - 176 с. 6. Колесников О. В. Ціноутворення : навч. посіб. / Колесников О. В. – 3-те вид., виправл. та доповн. – К. : ЦУЛ, 2016. – 159 с. 7. Основы маркетинга: 5-е европейское издание / Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс. – М.: Диалектика, 2020. – 752 с. 8. Липсиц И.В. Ценообразование / И. В. Липсиц. – Издательство: Магистр, 2008. – 528 с. 9. Мазур О.Є. Ринкове ціноутворення: Навчальний посібник / О.Є. Мазур. – ЦУЛ: 2012. – 400 с. 10. The strategy and tactics of pricing (5th Edition)/ Thomas T. Nagle, John E. Hogan, Joseph Zale. Prentice Hall, Pierson, 2017. 300 p. 11. Tim Smith. Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts and Establishing Price Structures Cengage Learning, 2011. – 318 p. **Compulsory reading** 1. The strategy and tactics of pricing (5th Edition)/ Thomas T. Nagle, John E. Hogan,

Joseph Zale. Prentice Hall, Pierson, 2017. 300 p.
2. Jensen, Marlene. Setting profitable prices: a step-by-step guide to pricing strategy—without hiring a consultant/Marlene Jensen. John Wiley and Sons Inc, 2013. 210 p.
3. Tim Smith. Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts and Establishing Price Structures Cengage Learning, 2011. – 318 p.

Recommended reading

4. Robert J. Dolan, Hermann Simon. Power Pricing: How Managing Price Transforms the Bottom Line. Simon & Schuster Ltd, 1997. – 384 p.
5. Harry Macdivitt, Mike Wilkinson. Value-Based Pricing: Drive Sales and Boost Your Bottom Line by Creating, Communicating and Capturing Customer Value. McGraw-Hill Education, 2011. – 288 p.
6. Reed Holden, Mark Burton. Pricing with Confidence: 10 Ways to Stop Leaving Money on the Table. Wiley, 2008. – 240 p.
7. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management (2016). 15th ed. Prentice Hall, Pierson, 2016.
8. Tanner J., Raymod M.A. Marketing Principles (v.2.0). – 581 pages

Політика курсу

Здобувач не може отримати екзаменаційну оцінку "автоматом" – без складання екзамену. Студент допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів. Якщо за результатами оцінювання роботи студента на семінарських заняттях студент отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до екзамену з оцінкою роботи на семінарських заняттях 36 балів.

Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.

Причиною недопущення здобувача до екзамену може бути також наявність фінансової заборгованості.

Здобувач вищої освіти має право на апеляцію результатів підсумкового контролю. Здобувач подає заяву на ім'я проректора із забезпечення якості вищої освіти протягом трьох робочих днів з дати оголошення результатів. У заяві слід вказати факти некоректності питань або необхідних відповідей на них, їх виходу за рамки програми, порушення викладачем процедури проведення контролю або недотримання ним описаної в програмі дисципліни методики виведення оцінки.

В результаті розгляду апеляції раніше виставлена оцінка може бути збережена, а може бути змінена як у бік підвищення, так і в бік зниження.

Здобувачі мають право складати *екзамени та заліки* з метою підвищення підсумкової оцінки з одної дисципліни у семестр за заявою.

Здобувачі вищої освіти мають право виражати власну думку і не погоджуватися з трактуванням подій, які висвітлюються в межах програмного матеріалу, але вони зобов’язані вивчити необхідний обсяг матеріалу згідно з вимогами до предмету. Здобувачі повинні нести відповідальність за виконання необхідних вимог до курсу і оволодіння необхідною кількістю знань.

Під час опанування дисципліни здобувачі повинні дотримуватися академічної доброчесності. Відповідно до Закону України «Про освіту» *академічна доброчесність* – це сукупність

етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

Назва дисципліни: Маркетинг послуг				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): **Метою дисципліни** є формування у здобувачів системи теоретичних знань та практичних навичок про сутність, особливості послуг як товару, основні етапи розробки та реалізації комплексу маркетингу підприємств сфери послуг. Основні **компетентності**, набуттю яких сприяє вивчення дисципліни: Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, бути критичним і самокритичним, генерувати нові ідеї. Здатність планувати та управляти часом, визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу, обґрунтовувати, презентувати і реалізовувати результати досліджень. Володіння маркетинговими інструментами і технологіями управління попитом і впливу на поведінку споживача.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	VI	4 / обов'язкова	Красовська О.Ю., к.е.н., доц.	120 год. (22 год. лекцій, 11 год. практичних занять, 87 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН3.1 Засвоїти знання про еволюцію концепцій маркетингу послуг; РН3.2 Ідентифікувати основні характеристики послуг та їх класифікацію;		Інтерактивні лекції, дискусія, обговорення у малих групах, тестування		Участь у дискусії Участь в обговоренні у малих групах, тест
РН4.1 Розуміти особливості		Інтерактивні лекції, дискусія, тестування, ділова гра		Участь у дискусії, усні відповіді на питання,

маркетингової діяльності у сфері послуг; РН4.2 Розуміти особливості функціонування ринку послуг, споживчі ризики на ринку послуг та методи їх зменшення;		тест
РН6.1 Усвідомлювати особливості розробки комплексу маркетингу сервісної організації; РН6.2 Розуміти галузеві особливості формування маркетингового комплексу сервісних підприємств	Інтерактивні лекції, обговорення у малих групах, есе	Участь в обговоренні, тест, есе
РН9.1. Визначати критерії сегментування та проводити сегментування ринку послуг; РН9.2 Обирати позиціонування послуги/підприємства на ринку послуг; РН9.3 Розробляти комплекс маркетингу для сервісної організації.	Інтерактивні лекції, обговорення у малих групах, виконання дослідницького проекту	Участь у ділових та рольових іграх, захист проекту, есе
РН12.1. Проводити маркетингове дослідження попиту на ринку послуг;	Виконання дослідницького проекту	Захист проекту
РН 18.1. Здатен пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття	Виконання дослідницького проекту, обговорення у малих групах	Презентація результатів проекту

управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. РН 18.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення.		
РН23.1 Здатен нести відповідальність за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи в процесі розробки та реалізації маркетингової політики	Дискусії, обговорення у малих групах, підготовка дослідницького проекту	Участь у дискусії Участь в обговоренні у малих групах, захист проекту
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: 60% - поточний контроль. З них: 10 % - тестування; 5 % - участь у дискусіях; 20 % - модульні контрольні роботи-есе; 25 % - дослідницький проект. 40% - підсумковий іспит. Зокрема: 10 % - комп'ютерне тестування; 15 % - есе; 15 % - аналіз кейсу.		
Зміст		
Тема 1. Особливості маркетингової діяльності у сфері послуг Тема 2. Становлення маркетингу послуг як наукової дисципліни Тема 3. Характеристики та класифікації послуг Тема 4. Особливості ринку послуг Тема 5. Дослідження попиту на ринку послуг		

Тема 6. Товарна та цінова політика підприємств у сфері послуг
Тема 7. Політика надання та розподілу послуг
Тема 8. Просування послуг
Тема 9. Планування та контроль у маркетингу послуг
Тема 10. Особливості розробки та формування комплексу маркетингу на ринку освітніх послуг
Тема 11. Маркетинг туристичних послуг
Тема 12. Маркетингова діяльність підприємств на ринку консалтингових послуг
Тема 13. Маркетинг послуг охорони здоров'я
Тема 14. Маркетингова діяльність підприємств на ринку транспортних послуг

Література

Основна

1. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л.О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. –508 с.
2. Беквит Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу / Гарри Беквит. – К.: Клуб сімейного дозвілля, 2018. – 192 с.
3. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Роджер Бест. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2019. – 760 с.

Додаткова

4. Котвіцька А. А., Чмихало Н. В., Вороніна О. М. Маркетинг послуг: тексти лекцій : навч. посібник для здобувачів вищої освіти; за заг. ред. А. А. Котвіцької. — Х.: НФаУ, 2017. — 128 с.
5. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2019. – 304 с.
6. Джордж М.Л. Бережливое производство + шесть сигм в сфере услуг / Майкл Л. Джордж. – М. : Манн, Иванов и Фербер.- 2016.
7. Манн И. Маркетинг на 100% / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер. – 2016. – 256 с.
8. Манн І. Маркетинг на 100%: ремікс. Як стати успішним мененджером із маркетингу / І. Манн. – К.: Клуб сімейного дозвілля. – 2018. – 240 с.
9. Манн И., Турусин Д. Продает каждый! ...сотрудник и нет только … / И. Манн, Д. Турусин. – М.: Сила Ума Паблишер. – 2019. – 180 с.
10. Миролюбов Г. MED Маркетинг. Воронка продаж в сфере медицинских услуг от Я до Я / Г. Миролюбов. М.: Издательские решения. – 2019.
11.Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th edition) / Jochen Wirtz, Christopher Lovelock. World Scientific Publishong Co., 2016. – 1239 p.
12. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm / Valarie A. Zeithaml, Dwayne D. Gremler, Mary Jo Bitner. – 2017. – 543 p.

Compulsory reading

1. Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th edition) / Jochen Wirtz, Christopher Lovelock. World Scientific Publishong Co., 2016. – 1239 p.
2. Kimbell L. The Service Innovation Handbook: Action-oriented Creative Thinking Toolkit for Service Organizations / L. Kimbell; BIS Publishers. – 2015. – 240 p.
3. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm / Valarie A. Zeithaml, Dwayne D. Gremler, Mary Jo Bitner. – 2017. – 543 p.

Recommended reading

4. Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases (4th edition) / K. Douglas Hoffman, John E.G. Bateson. – Cengage Learning, 2012. – 484 p.

5. Kotler Ph., Keller K.L. Marketing Management (2016). 15th ed. Prentice Hall, Pierson, 2016.

Політика курсу

Здобувач не може отримати екзаменаційну оцінку "автоматом" – без складання екзамену. Студент допускається до екзамену, якщо за результатами роботи протягом семестру він отримав не менше 36 балів. Якщо за результатами оцінювання роботи студента на семінарських заняттях студент отримав менше 36 балів, він не допускається до екзамену. Викладач, який веде семінарські заняття, визначає перелік завдань, що повинні бути виконані студентом для допуску до екзамену. У разі їх виконання студент допускається до екзамену з оцінкою роботи на семінарських заняттях 36 балів.

Якщо студент за результатами підсумкового екзамену набрав менше 24 балів, він отримує незадовільну підсумкову оцінку, незалежно від його результатів за іншими складовими. Повторне складання екзамену після оцінки FX оцінюється 24 балами, якщо його складено та 0 балів, якщо не складено.

Причиною недопущення здобувача до екзамену може бути також наявність фінансової заборгованості.

Здобувач вищої освіти має право на апеляцію результатів підсумкового контролю. Здобувач подає заяву на ім'я проректора із забезпечення якості вищої освіти протягом трьох робочих днів з дати оголошення результатів. У заяві слід вказати факти некоректності питань або необхідних відповідей на них, їх виходу за рамки програми, порушення викладачем процедури проведення контролю або недотримання ним описаної в програмі дисципліни методики виведення оцінки.

В результаті розгляду апеляції раніше виставлена оцінка може бути збережена, а може бути змінена як у бік підвищення, так і в бік зниження.

Здобувачі мають право складати *екзамени та заліки* з метою підвищення підсумкової оцінки з одної дисципліни у семестр за заявою.

Здобувачі вищої освіти мають право виражати власну думку і не погоджуватися з трактуванням подій, які висвітлюються в межах програмного матеріалу, але вони зобов’язані вивчити необхідний обсяг матеріалу згідно з вимогами до предмету. Здобувачі повинні нести відповідальність за виконання необхідних вимог до курсу і оволодіння необхідною кількістю знань.

Під час опанування дисципліни здобувачі повинні дотримуватися академічної доброчесності. Відповідно до Закону України «Про освіту» *академічна доброчесність* – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень.

Назва дисципліни: Сучасні технології маркетингу: Реклама і рекламна діяльність				
Анотація Метою дисципліни є формування системи теоретичних знань та практичних навичок з створення рекламних повідомлень і рекламних кампаній з метою забезпечення їх максимальної комунікативної ефективності для підприємства.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	5	4,5 / вибіркова	Мішустіна Т.С. к.е.н., доц.	150 год. (28 год. лекцій, 28 год. практичних занять, 94 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6 Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках. РН-12 Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію. РН-15 Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища, генерувати нові ідеї. РН 17 Набути елементарних організаційних навичок, які дозволяють досягти		Проблемне викладання: чітке формулювання основних понять, їхня практична спрямованість, приклади проблемних ситуації і залучення аудиторії до їхнього вирішення Періодичний діалог з аудиторією Використання ілюстративного матеріалу й технічних засобів навчання (мультимедійних систем) Організація роботи на занятті у формі ділової гри Дискусія з актуальних проблемних питань Використанням імітаційних методів вивчення дисципліни Аналіз конкретних ситуацій (case-study) Презентація результатів самостійної роботи Робота у малих групах Робота в парах для вирішення проблемних завдань		Усні відповіді на запитання Пояснення зв’язків, залежностей, ходу роз’яснення задач Презентація результатів ІНДР Доповідь Письмові тести Письмова відповідь на запитання Самостійна робота Розв’язування задач Комп’ютерне тестування Розв’язання задач у відповідних програмних продуктах Диспут "Круглий стіл" за тематикою самостійної роботи Організація роботи на занятті у формі ділової

професійних цілей, виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення РН 22 Набути здатностей брати ініціативу та формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей	Вирішення розрахункових завдань Перехресне бліц-опитування Есе Дискусія Наукове дослідження Робота з літературою, інтернет пошук,	гри Аналіз конкретних ситуацій (case-study) Самостійне проведення занять студентами Розв'язування та складання кросвордів Розв'язування задач Презентація результатів самостійної роботи Робота у малих групах Робота в парах для вирішення проблемних завдань

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

Приклад:
20% участь у дискусії
10% участь у рольовій грі
20% тест (вибір декількох, комп'ютерний)
30% індивідуальне завдання (написаний)
20% презентації (усні, мультимедіа)

Зміст

1. Реклама – ефективний інструмент маркетингової політики комунікацій.
2. Рекламна діяльність та її учасники
3. Законність та етичність реклами. Соціальна реклама
4. Теоретичні та методологічні проблеми психології реклами
5. Реклама як засіб психологічного впливу
6. Сутність та значення рекламного креативу
7. Сучасні комунікативні технології у рекламі
8. Креатив рекламних текстів
9. Дизайн реклами
10. Реклама в мережі Інтернет

Література

Основна

1. Оснач, О. Ф. Промисловий маркетинг : підручник для ВНЗ / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 363 с.(базовий підручник).
2. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2019. - 619с.
3. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства. [текст] : навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Додаткова

15. Бест Р. Маркетинг от потребителя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 696 с.
16. Колотилов Е.А. Продажи b2b. 101+ кейс. – СПб.: Питер, 2019. – 208 с.
17. Кумар Нирмаля Продавцы ценности. Как добиться увеличения продаж на рынках B2B,

не прибегая к снижению цен/ Нирмаля Кумар, Джеймс А.Нэрус.- Издательство: Гревцов Паблишер, М. 2009, 240 с.
18. Макнейл Р. Маркетинговые исследования в сфере B2B / Р. Макнейл.- Издательство: Баланс Бизнес-Букс, 2007, - 432с.
19. Минетт С. Маркетинг B2B и промышленный брендинг. – М.: Диалектика / Вильямс, 2019. – 208 с.
20. Старостіна А. О. Промисловий маркетинг: Підручник / А.О. Старостіна, А.О. Длігач, В.А. Кравченко.– Знання.- К., 2005.
21. Уэбстер Фредерик Основы промышленного маркетинга/ Фредерик Уэбстер.-Изд. Дом Гребенникова, М.,2005,- 416с.
22. Чернышева А.М. Промышленный (b2b) маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. – М.: Юрайт, 2019. – 433 с.
23. Ястремська О.М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання / Ястремська О М., Тімонін О.М., Тімонін К.О. Монографія. — Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. — 244 с.
24. Laura Johanna Oberle Servitization of Industrial Enterprises through Acquisitions: A Success Story - Springer – Switzerland, 2020
25. Saavedra Claudio A. The Marketing Challenge for Industrial Companies. Advanced Concepts and Practices- Springer – Switzerland, 2016, - 423p.

English

Compulsory reading

6. Andersen, P., Robert, A., de Bellefonds, N. and Ratajczak, D. (2017). How Digital Leaders Are Transforming B2B Marketing. Boston Consulting Group. Retrieved 9 December 2019 from https://www.bcg.com/en-us/publications/2017/marketingsales-how-digital-leaders-transforming-b2b.aspx.
7. Laura Johanna Oberle Servitization of Industrial Enterprises through Acquisitions: A Success Story - Springer – Switzerland, 2020
8. Saavedra Claudio A. The Marketing Challenge for Industrial Companies. Advanced Concepts and Practices- Springer – Switzerland, 2016, - 423p.
9. Cortez, R.M., Johnston, W.J. 2017. The future of B2B marketing theory: A historical and prospective analysis. Industrial Marketing Management 66, 90–102.
10. Yin, R.K. (2018). Case Study Research and Applications – Design and Methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Recommended reading

6. Biemans, W., Griffin, A. 2018. Innovation practices of B2B manufacturers and service providers: Are they really different? Industrial Marketing Management 75, 112-124
7. Kyriakopoulos, K., Hughes, M., Hughes, P., 2016. The role of marketing resources in radicalinnovation activity: Antecedents and payoffs. Journal of Product Innovation Management 33 (4), 398–417
8. Lilien, G.L. 2016. The B2B knowledge gap. International Journal of Research in Marketing 33 (3), 543–556.
9. Esparza, E. (2015, March 30). 10 Best Practices for Better B2B Website Experience. ConversionXL. Retrieved 26 February 2019 from: https://conversionxl.com/blog/10-best-practices-for-better-b2b-website-experience/.
10. HubSpot (2018). Lead Generation: A Beginner's Guide to Generating Business Leads the Inbound Way. HubSpot blog. Retrieved 3 January 2019 from https://blog.hubspot.com/marketing/beginner-inbound-lead-generation-guide-ht. Blogpost.

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні

навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов’язати студента написати пояснювальну записку на ім’я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх. Бере активну участь в практичних заняттях. Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення; Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання. Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження.

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня). Бере участь в практичних заняттях, дискусіях Виконує всі модульні контрольні роботи. Демонструє добре знання поставленої проблеми. Призводить досить аргументовані відповіді Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем). Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення. Аргументи вірні, але обмежені / недостатні. Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань. Виконує всі передбачені модульні / контрольні

роботи. У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань. У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання. Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань. У завданнях присутній плагіат. Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі. Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання

Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Інтернет-маркетинг

Анотація

Мета курсу: формування у здобувачів вищої освіти необхідного рівня знань та практичних навичок для ефективної роботи з сучасними технологіями мережі Internet стосовно електронної комерції в інформаційному просторі економіки.

Основні компетентності, що формуються:

- Здатність приймати обґрунтовані рішення;
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

-Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.

- Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

-Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

-Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	VII	4 / вибіркова	Мостова А.Д. к.е.н.	120 год. (22 год. лекцій, 22 год. практичних занять, 76 год. самостійної роботи)

Результати навчання	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН5.1. Розуміти принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet.	Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН5.2. Демонструвати знання засобів для ведення бізнесу в Internet.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН5.3. Ідентифікувати загальні поняття електронного бізнесу та комерції, можливості е-	Лекції, практичні заняття, виконання	Оцінка практичних

комерції.	практичних завдань	навичок
РН5.4. Володіти теоретичними засадами створення та ведення електронної комерції.	Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, самостійна робота	Оцінка результатів дослідження та практичних навичок
РН5.5. Засвоїти знання про системи платежів для електронної комерції, безпеку і захист інформації в Internet, рекламу і маркетинг в Internet.	Кейс стаді, есе, дискусія, наукове дослідження	Оцінка кейс стаді, есе
РН5.6. Ідентифікувати напрями використання технології Intranet для внутрішніх потреб компанії.		
РН12.1. Користуватися програмним забезпеченням для роботи в мережі Інтернет і комунікаційними системами.	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, презентації, дослідження за темами практичних робіт	Презентація кейсу в малій групи, індивідуальна презентація
РН.12.2. Застосовувати використовувати автоматизовані систем управління ресурсами підприємств, інтернет-магазинів.	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації, дослідження за темами практичних робіт	Оцінювання розв'язання кейсу в малій групі, практична робота
РН12.3. Використовувати електронні систем взаєморозрахунків.	Виконання практичних завдань, дослідження за темами практичних занять	Оцінювання практичних завдань, практична робота
РН12.4 Працювати з системами е-комерції.		
РН 18.1. Здатен пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів	Написання практичної роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	Практична робота, оцінка результатів дослідження і виконання кейс стаді

ринкового суб'єкта. РН 18.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення. РН22.1 Здатен брати ініціативу та формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей в процесі організації та проведення маркетингових досліджень.		Практична робота Залік

Оцінка

Підсумкова оцінка

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами заліку (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Залік (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 1 есе, 1 аналітичне завдання та 1 аналітично-розрахункову задачу)

60% Поточна оцінка:

10% Участь у дискусії

20% Кейс стаді

20% оцінка практичних навичок (виконання аналітичних завдання і аналітично-розрахункових завдань)

10% оцінка результату наукового дослідження (есе, тези на конференцію)

Зміст

Тема 1. Принципи влаштування глобальної комп'ютерної мережі Internet

Тема 2. Основні поняття електронної комерції. Способи ведення електронної комерції

Тема 3. Системи платежів для електронної комерції

Тема 4. Безпека і захист інформації в Internet

Тема 5. Мобільна Інтернет-маркетинг

Тема 6. Правові основи електронної комерції

Тема 7. Реклама та маркетинг в мережі Internet

Тема 8. Інформаційні послуги

Література

Основна

1. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров. — М.: Издательско-торговая

корпорация «Дашков и К°», 2016. — 352 с. (базовий підручник)
2. Заррелл Д. Интернет-маркетинг по науке / Д. Заррелл. – К. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 192 с.
3. Интернет-маркетинг на 100%. – СПб. : Питер, 2014. – 240 с.
4. Халлиган Б. Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган, Д. Шах. – К. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 224 с.

Додаткова

4. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса. – К. : Солон-Пресс, 2009. – 592 с
5. Интернет. Энциклопедия /Под ред. Л. Мелиховой. - СПб: Питер, 2009. – 528с.
6. Ларри Вебер Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.
7. Макарова М.В. Інтернет-маркетинг посібник. – К. : видавничій центр «Академія», 2002. – 272 с.
8. Меджибовська Н.С. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник. 3е вид. – К. : ЦНЛ, 2006. – 384с. (базовий підручник).
9. Старовойтова Т.Ф. Электронный бизнес и коммерция. – Спб. : ТетраСистемс, 2009. – 144 с.
10. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции: учебник. – Спб. : Горячая Линия – Телеком, 2008. – 480 с.

Інформаційні ресурси

1. 1. Реклама в Facebook: полный гид по настройке с нуля до конверсии
https://geniusmarketing.me/lab/polnyj-gid-po-reklame-v-facebook-s-nulya-do-konversii/
2. Продвижение в социальных сетях. Часть 2 — Фейсбук и как здесь всё устроено?
https://habr.com/post/302324/
3. Как продвигаться в Facebook: полный пошаговый гайд по раскрутке страницы
https://texterra.ru/blog/polnyy-poshagovyy-gayd-po-prodvizheniyu-stranitsy-v-facebook.html

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, практичних завдань, при складанні заліку суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час

заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань

У завданнях присутній плагіат

Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі

Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання

Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Ділова іноземна мова				
Анотація: ***Основна мета*** навчання ділової іноземної мови полягає у *практичному* оволодінні діловою іноземною мовою та формуванні необхідної комунікативної компетенції у сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах. Основна мета навчання ділової іноземної мови реалізується через більш конкретні компетенції: набуття навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами (B2); одержання новітньої фахової інформації з іноземних джерел; користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики; реферування суспільно-політичної та загальноекономічної літератури іноземною мовою; проведення презентацій з фахових питань та результатів власних досліджень.				
Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
англ.	V	6 / вибіркова	Ст. викл. Мединська С.І.	180 год. (56 год. практичних занять, 100 год. самостійної роботи, 18 год. індивідуальної роботи, 6 год. консультацій)
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
Володіє базовою термінологією англійською мовою і має основні структуровані знання у сфері міжнародних економічних відносин і споріднених дисциплін завдяки розумінню розгорнутого мовлення академічного та професійного характеру (лекції, звіти, презентації, дискусії тощо) стандартною		Мозковий штурм Дискусія Аналіз конкретних ситуацій (case-study) Ділові та рольові ігри Інтернет-пошук та аналіз статистичних даних Презентації (індивідуальні та групові) Виконання завдань для самостійної роботи Парні інтерв'ю Blended learning Mind maps Метод проектів Метод занурення Textbook assignments Vocabulary drills Робота в парах та мікрогрупах Читання текстів Написання письмових робіт Аудіювання різних видів аудіо- та		Участь в дискусії (диспуті, мозковому штурмі тощо) Участь у рольовій грі (діловій грі) Оцінювання практичних навичок Презентація в малих групах Кейс-стаді Есе Діловий лист Індивідуальна презентація Дослідницький проект Усні відповіді на запитання

англійською мовою.	відеоматеріалів	(проблемну ситуацію) Письмові відповіді на запитання Модульна контрольна робота
Знає основні правила написання, структуру та мовні кліше для ділового листування (лист-запит, лист-скарга, лист-пропозиція та відповіді на різні види листів), а також інших видів ділової документації.		
Читає й розуміє складні тексті академічного та професійного характеру, в яких автори висловлюють певне ставлення й точки зору, розпізнаючи широкий діапазон термінології та скорочень з навчальної та професійної сфери та користуючись вибірково довідковими ресурсами.		
Використовує мову невимушено, точно й ефективно для спілкування на різноманітні теми, пов'язані з навчанням та професією, з урахуванням фонетичних норм англійської мови та знання нормативної граматики англійської мови.		
Застосовує мовні засоби, які необхідні для проведення		

ділових переговорів, конференцій, презентації продукції та послуг компанії та презентації результатів виконаного проекту.		
Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення.		
Знає про важливість відповідної поведінки в полікультурному середовищі, враховуючи національні особливості представників різних культур		

Оцінка

Підсумкова оцінка 100%:

<u>100% поточне оцінювання</u>:

20% участь у дискусії/ проблемній ситуації (5%*4)

Участь у дискусії	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у дискусії, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал під час дискусії, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням усіх рекомендацій щодо ведення дискусій.
4	Бере досить активну участь у дискусії, наводить аргументи під час дискусії, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми з урахуванням основних рекомендацій щодо ведення дискусій. Але при викладанні деяких аргументів не вистачає достатньої глибини та мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.
3	Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) бере участь під час дискусії, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки.

2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у дискусії за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають тематиці, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню.

20% участь у діловій грі/ кейс-стаді (5%*4)

Участь у діловій грі/ кейс-стаді	Критерії оцінки
5	Бере активну участь у діловій грі/ кейс-стаді, вільно, самостійно та аргументовано викладає матеріал щодо своєї ролі, активно пропонує ідеї, використовуючи при цьому широкий спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми, повністю виконує свої завдання в команді.
4	Бере досить активну участь у діловій грі/ кейс-стаді, наводить аргументи відповідно своєї ролі, використовуючи при цьому достатній спектр лексичного матеріалу та граматичних конструкцій з цієї теми. Але при вирішенні проблеми не вистачає мовленнєвої підготовки, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки, проте повністю виконує свої завдання в команді.
3	Фрагментарно, поверхово (без обґрунтування) бере участь у діловій грі/ кейс-стаді, допускаючи при цьому суттєві неточності, демонструючи вузький лексичний запас з теми та допускаючи грубі граматичні помилки, не пропонуючи ідей, а лише відтворюючи інформацію зі своєї ролі, частково виконує свої завдання в команді .
2	Частково володіє навчальним матеріалом, бере участь у діловій грі/ кейс-стаді за рахунок окремих фраз (реплік), які відповідають ролі, демонструє незначний словниковий запас з теми та робить багато граматичних помилок, які заважають повноцінному розумінню. Не бере участь у виконанні завдань команди.

30% ділові листи/ есе (5%*6)

Діловий лист/ есе	Критерії оцінки
5	Лист (есе) складено за встановленими нормами. Текст чітко структурований з використанням мовних кліше/ зв'язок. Письмове висловлення побудовано логічно й послідовно з аргументацією. Опрацьовані всі умови завдання повністю. Допускається декілька помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.
4	Лист (есе) складено в основному за встановленими нормами з використанням мовних кліше/ зв'язок. Текст достатньо чітко структурований. Опрацьовані не всі умови завдання повністю, деякі лише згадані. Допускається незначна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, продемонстровано не достатньо широкий спектр лексики та граматичних конструкцій з теми.

3	Лист (есе) складено з відхиленнями від встановлених норм, є неточності в використанні мовних кліше/ недостатнє використання зв'язок. Опрацьовані не всі умови завдання. Наявна значна кількість помилок граматичного та лексико-стилістичного характеру, дуже вузький спектр лексичного запасу з теми.

20% модульні контрольні роботи (тестові завдання з лексики, граматики, читання, аудіювання та творче завдання з письма) (10%*2)

Тестові завдання модульної контрольної роботи оцінюються за кількістю правильних відповідей, творче завдання з письма оцінюються за критеріями ділового листа/ есе. Бали за модульну контрольну роботу зараховуються відповідно до відсотка правильних відповідей, як показано в таблиці нижче.

90-100 %	10
82-89 %	9
75-81 %	8
67-74 %	7
60-66 %	6
35-59 %	4
1-34 %	0

10% індивідуальна презентація за результатами дослідницького проекту (усна з використанням мультимедіа)

Презентація	Критерії оцінки
10-9	Продемонстровано вільне володіння усною мовою, повне дотримання структури презентації та використання мовленнєвого потенціалу, обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, одержані результати систематизовані й класифіковані, висновки є переконливими. У мовленні студента практично немає помилок або є незначні помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
8-7	Продемонстровано добре володіння усною мовою, дотримання структури презентації, достатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито повністю, систематизовані та класифіковані одержані результати, але висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що не заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі.
6-5	Продемонстровано задовільне володіння усною мовою, неповне дотримання структури презентації, недостатнє використання мовленнєвого потенціалу презентації та не достатньо обґрунтовано актуальність теми, тему розкрито частково, не повністю систематизовані та класифіковані одержані результати, висновки не є повністю переконливими. У мовленні студента є помилки, що частково заважають доведенню інформації до слухачів у повному обсязі..
4-3	Не дотримується структура презентації. Тема не розкрита. Продемонстровано менш ніж посередній рівень володіння навичками усного мовлення. У мовленні студента багато помилок, що заважають доведенню інформації до слухачів у

	повному обсязі.

Зміст

♦Тема 1. Бізнес можливості та фактори для їх виявлення
Тема 2. Цілі, стратегія бізнесу та конкуренція
Тема 3. SWOT-аналіз як ключовий інструмент бізнесу
Тема 4. Прибутковість як ключовий показник фінансової успішності компанії
Тема 5. Управлінські функції
Тема 6. Лідерство та керівництво компанією
Тема 7. Мотивація персоналу
Тема 8. Життєвий цикл продукту

* Тема 1. Job satisfaction.
Тема 2. Risk.
Тема 3. Working across cultures: working in new markets.
Тема 4. Management styles.
Тема 5. Staff motivation.
Тема 6. Team building.

Література

Основна

1. Handbook on Effective Business English Exam Preparation 2-е вид., доп. та переробл./ С. П. Кожушко, С. І. Мединська, Г. І. М'ясоїд. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2020. – 200 с. ♦

2. Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. Market Leader. Upper-Intermediate. Business English Flexi Course Book. – Pearson, 2016. *

Додаткова

1. Dooley J., Evans V. Grammarway 4. – Express Publishing, 1999.
2. Emmerson P. Business Grammar Builder. – Macmillan Publishers Limited, 2009.
3. Emmerson P. Business Vocabulary Builder. – Macmillan Publishers Limited, 2009.
4. Evans V. Successful Writing. Intermediate/ Upper-Intermediate. – Express Publishing, 2000
5. Johnson C. Market Leader. Banking and Finance. – Longman, 2001
6. Kozhushko S., Baranova I. Business Letter Writing. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2012.
7. MacKenzie, I. English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics students. Third Edition. – Cambridge University Press, 2010.
8. Mackenzie I. Management and Marketing. – Pearson Education Limited, 2000.
9. Mascull B. Business Vocabulary in Use: Upper-Intermediate/Advanced. Third edition. – Cambridge University Press, 2018.
10. Pilbeam A. Market leader. International Management. – Longman, 2001
11. Strutt P. Market leader. Business Grammar and Usage. – Longman, 2000.
12. Strutt P. Business Grammar and Usage. – Longman, 2000.

Політика курсу

- Дедлайн для виконання завдань для самостійної роботи встановлюється викладачем, але враховується складність та обсяг завдань. Мінімальний час на виконання завдань для самостійної роботи – 1 день.
- У разі порушення дедлайнів максимальна оцінка за виконані завдання 80% (при виконанні протягом відповідного модуля) та 60 % при виконанні завдань по закінченню модуля (окрім балів за модульну контрольну роботу, яка зараховується за фактичними

результатами).

- При пропуску занять з поважної причини (лікарняний, студентська мобільність тощо при наявності документа-підтвердження) дедлайн для виконання завдання подовжується на 1-2 тижні після повернення на заняття в залежності від причини відсутності та обсягу завдань.
- Працевлаштування здобувача вважається поважною причиною пропуску занять лише в разі оформлення індивідуального графіка у студентському деканаті та інформування викладача на початку семестру, а також виконання всіх завдань у встановлені строки відповідно до графіка.
- Результати письмових робіт (есе, лист, звіт тощо) та/ або індивідуальних завдань після їх перевірки, як правило, доводяться до відома здобувачів викладачем на наступному занятті або протягом тижня, але в залежності від обсягу та складності завдання цей термін може бути подовженим до 10 робочих днів.
- У разі порушення академічної доброчесності або у випадках плагіату, виконане завдання не зараховується, здобувач має повторно виконати завдання та отримати максимально 60% за виконане завдання, проте у разі повторного порушення він/вона втрачає можливість повторного виконання завдання та втрачає бали за нього.
- Для комунікації зі здобувачами основним засобом зв'язку з викладачем є консультація (оффлайн або онлайн), а також електронна пошта та Google Classroom. Інші форми комунікації (вайбер, соціальні мережі тощо) є факультативними, за згодою викладача та студентів. Відповідь на електронного листа здобувач отримує протягом 1-5 робочих днів у залежності від типу запиту.

Назва дисципліни: Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)				
Анотація: ***Метою*** вивчення навчальної дисципліни «Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)» є надати теоретичні знання та практичні навички для вирішення управлінських задач за допомогою спеціалізованих оптимізаційних методів. ***Завдання дисципліни:*** виробити навички математичного дослідження прикладних задач, наприклад, побудови економіко-математичних моделей; дати необхідну математичну підготовку та знання для вивчення інших дисциплін за фахом; навчити застосовувати відповідний математичний апарат для опису зв'язків між економічними показниками; аналізувати та розв'язувати рівняння, якими моделюються економічні процеси; застосовувати математичний апарат для прогнозування економічних явищ. У ході вивчення дисципліни формуються як ***загальні компетентності*** (навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань); знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності), так і ***спеціальні*** (здатність виявляти особливості функціонування середовища міжнародних економічних відносин та моделей економічного розвитку; здатність здійснювати комплексний аналіз та моніторинг кон'юнктури світових ринків; здатність проводити дослідження економічних явищ та процесів у міжнародній сфері)				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	3	3 / обов'язкова	Козирєва І.М. старший викладач	90 годин (14 год. лекції, 14 год. практичні заняття, 62 год. самостійна робота)
Результати навчання **Здобувач після завершення вивчення дисципліни «Економіко-математичні методи та моделі (Оптимізаційні методи та моделі)»:**		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний (ПтК) та підсумковий (ПК) контроль)**
1). Дає економічну та математичну постановку оптимізаційних задач, вибравши правильні критерії оптимізації;		Лекція, навчальні посібники, практичні заняття, самостійна робота		Розв'язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК)
2) Використовує графічні та аналітичні методи для розв'язання задач лінійного програмування;		Лекція, навчальні посібники, практичні заняття, самостійна робота		Розв'язання завдань, тестування, модульні

		контрольні роботи (ПтК)
3) Використовує методи для вирішення та аналізу транспортних задач;	Лекція, навчальні посібники, практичні заняття, самостійна робота	Розв’язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК)
4) Застосовує основні методи аналізу нелінійних задач оптимізації, дробово-лінійних задач в ЛП;	Лекція, навчальні посібники, практичні заняття, самостійна робота	Розв’язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК)
5) Використовує сучасні комп’ютерні технології та програмні пакети.	Лекція, навчальні посібники, практичні заняття, самостійна робота	Розв’язання завдань, тестування, модульні контрольні роботи (ПтК)

Оцінка

Підсумкова оцінка виставляється за 100-бальною шкалою за поточним контролем.

100 балів поточного контролю складаються з:
30 балів –контрольна робота №1;
40 балів – модульна контрольна робота №2;
30 балів – модульна контрольна робота №3.

Зміст

МОДУЛЬ 1
Тема 1. Оптимізаційні економіко-математичні моделі
Тема 2. Загальна задача лінійного програмування (ЛП) та методи її розв’язування
МОДУЛЬ 2
Тема 3. Транспортна задача (ТЗ). постановка, методи розв'язування та аналізу
Тема 4. Цілочислові задачі лінійного програмування. Основні методи їх розв'язування та аналізу
Тема 5. Задачі дробово-лінійного програмування (ДЛП). Основні методи розв'язування та аналізу
Тема 6. Задачі нелінійного програмування. Основні методи їх розв'язування та аналізу

Література

Основна

1. Вітлінський В.В. Математичне програмування / В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний, Т.О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2010. – 210 с. (базовий підручник).
2. Кремер Н.Ш. Исследование операций в экономике: Учебное пособие для бакалавров / Н.Ш. Кремер. – М.: Юрайт, 2013. – 432 с.
3. Морозов В.В. Исследование операций в задачах и упражнениях / В.В. Морозов. – М.: Либроком, 2013. – 290 с.

4. Невежин В.П. Исследование операций и принятие решений в экономике / В.П. Невежин, С.И. Кружилов, Ю.В. Невежин. – М.: Форум, 2012. – 400 с.
5. Замков О.О. Математические методы в экономике / О.О. Замков, А.В. Толстопятенко, Ю.Н. Черемных. – М.: МГУ, 2012. – 384 с.
6. Оптимизационные методы и модели: Рабочая тетрадь: Учебное пособие / Г.Г. Швачич, Ю.К. Тараненко, Е.Г. Холод, И.Н. Козырева. – Д.: ДУЭП им. Альфреда Нобеля, 2011. – 140 с.
7. Мастяева И.Н. Математические методы исследования операций в экономике / И.Н. Мастяева, О.Н. Семенихина, Н.Ю. Грызина. – М.: МЭСИ, 2009. – 405 с.
8. Methods and models of optimization: Workbook: an educational book / G.G. Shvachich, E.G. Kholod, I.N. Kozyreva and etc. – Dnipropetrovs'k: Alfred Nobel University, Dnipropetrovs'k, 2012. – 120 p.
9. P.R. Trie, G.E. Keough. An Introduction to LINEAR PROGRAMMING and GAME Theory. A John WILEY & Sons, Inc., Publication: WILEY, 2008. – 476 p.

Додаткова

1. Просветов Д.И. Математические методы и модели в экономике. Задачи и упражнения. – М.: Наука, 2008.
2. Мамонов К.А. Економіко-математичне моделювання: конспект лекцій / К.А. Мамонов. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 224 с.
3. Вища математика із використанням інформаційних технологій. Підручник / В.П. Іващенко, Г.Г. Швачич, В.С. Коноваленков та ін. – Запоріжжя: Дике Поле, 2013. – 426 с.
4. Костевич Л.С. Исследование операций / Л.С. Костевич, А.А. Лапко.– М.: Высшая школа, 2008. – 212 с.
5. Таха Х. Введение в исследование операций / Х. Таха. – М.: Вильямс, 2007. – 912 с.
6. B. Kolman, R.E. Beck. Elementary Linear Programming with Applications. Elsevier Science & Technology Book. – 1998. – 457 p.
7. L. Brickman. Mathematical Introduction to Linear Programming and Game Theory. New York, Berlin, Heidelberg, London, Paris, Tokyo: Springer Verlag. 1999. – 141 p.

Політика курсу

Політика щодо відвідування студентів: Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку надзвичайних ситуацій, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції (у одногрупника). Принаймні частина матеріалу, яка виноситься на екзамен, базується на лекціях. Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Студенти з обмеженими можливостями: Якщо студент має інвалідність, він повинен обов'язково повідомити про це викладача і домовитись про відповідні заходи.

Академічна доброчесність: Студент має усвідомити, що академічна недоброчесність є неприпустимою. Обман під час виконання будь-якого завдання призведе до нульової оцінки цього завдання. Обман при виконанні модульних контрольних робіт призведе до негайної негативної оцінки. Під час виконання модульних контрольних студентам забороняється користуватися жодним електронним пристроєм, смартфоном навчальними й додатковими матеріалами. Під час розв`язання допускається використання лише простого калькулятора.

Політика щодо використання телефонів та інших електронних пристроїв: Під час

проведення навчальних занять електронні пристрої та телефони мають перебувати в безшумному режимі роботи. У разі невиконання даної вимоги, викладач може запропонувати студенти покинути аудиторію.

Політика щодо скарг студентів: Студент може обговорити скаргу з викладачем після заняття. Якщо питання залишається невирішеним, студент має звернутися до завідувача кафедри глобальної економіки.

Політика щодо переоцінки: Усі запити на переоцінку мають бути зроблені в письмовій формі.

Пропозиції від здобувачів вищої освіти: Протягом вивчення курсу студенти можуть звернутися до викладача з пропозиціями щодо вдосконалення (доповнення, зміни та ін.). Дані пропозиції можуть бути висловлені усно або письмово (електронною поштою). Для вирішення будь-якого питання, яке пов'язане із вивченням даної дисципліни, студент може усно звернутися до викладача (ауд. 2301) або надіслати повідомлення на адресу: kozyreva.i@duan.edu.ua

Назва дисципліни: Інфраструктура товарного ринку

Анотація

Мета курсу: формування системи теоретичних знань та практичних навичок з розвитку товарного ринку як найважливішої частини ринкової економіки. При цьому особливий наголос робиться на опануванні знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку та її ролі в ринковій економіці; вмінь з пошуку кращих умов діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку; оволодіння вміннями та навичками самостійного визначення і застосування методів раціональної організації та планування діяльності інфраструктурного комплексу.

Основні компетентності, що формуються:

- Здатність приймати обґрунтовані рішення;
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
-Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.
- Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

-Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

-Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв’язків.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	III	3 / вибіркова	Мостова А.Д. к.е.н.	90 год. (14 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 62 год. самостійної роботи)

Результати навчання	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6.1. Визначати основні поняття інфраструктури товарного ринку, особливості розвитку інфраструктури товарного ринку.	Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань

РН 6.2. Формувати основні підходи до класифікації інфраструктури товарного ринку, основні підходи до класифікації та методологічні основи розрахунку забезпеченості економіки інфраструктурою.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН 6.3. Сформулювати сучасні аспекти ринку споживачів, лізингу, організаторів оптового обігу товарів та послуг, а саме, оптових продовольчих ринків, аукціонів, торгівельно-промислової палати, митної інфраструктури.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань	Оцінка практичних навичок
РН 12.1. Аналізувати структуру сучасного ринку з точки зору комерційних посередників; проводити діагностику та ревізію стратегії комерційної діяльності.	Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, самостійна робота	Оцінка результатів дослідження та практичних навичок
РН 12.2. Використовувати сучасні методи інформаційного забезпечення комерційної діяльності.	Кейс стаді, есе, дискусія, наукове дослідження	Оцінка кейс стаді, есе
РН 12.3. Управляти на практиці діяльністю суб'єктів ринкової інфраструктури щодо забезпечення потреб споживачів.	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, презентації, дослідження за темами практичних робіт	Презентація кейсу в малій групи, індивідуальна презентація
РН 12.4. Аналізувати дійсну інфраструктуру та визначати місцерозташування необхідних об'єктів	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації, дослідження за темами практичних робіт	Оцінювання розв'язання кейсу в малій групі, практична робота

інфраструктури в заданому районі. РН 19.1. Дотримуватися соціальних норм і правил при співпраці з партнерами. РН 19.2. Поважати різноманіття та між культурність при виконанні поставлених завдань. РН 21.1. Набути навичок самостійної роботи та гнучкого мислення. РН 21.2. Бути критичним і самокритичним та відкритим до нових знань.	Виконання практичних завдань, дослідження за темами практичних занять Написання практичної роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	Оцінювання практичних завдань, практична робота Практична робота, оцінка результатів дослідження і виконання кейс стаді Практична робота Залік

Оцінка

Підсумкова оцінка

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами заліку (40%) та поточного оцінювання (60%)

40% Залік (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 1 теоретичне питання, 1 аналітичне завдання та 1 аналітично-розрахункову задачу)

60% Поточна оцінка:

10% Участь у дискусії

20% Кейс стаді

20% оцінка практичних навичок (виконання аналітичних завдання і аналітично-розрахункових завдань)

10% оцінка результату наукового дослідження (есе, тези на конференцію)

Зміст

1. Предмет, метод і завдання дисципліни
2. Сутнісна характеристика ринку
3. Товарний ринок як середовище маркетингу
4. Сутність, завдання та проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку
5. Макроорганізація оптової торгівлі
6. Підприємства оптової торгівлі.
7. Послуги підприємств оптової торгівлі.
8. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку.
9. Комерційне посередництво на товарному ринку.
10. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність.
11. Роздрібна торгівля.
12. Персональний продаж.

13. Товарні біржі.
14. Брокерська діяльність на товарній біржі.
15. Лізинг.
16. Економічні основи лізингу.

Література

Основна

11. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / О.В. Прокопенко; - К.: Центр учбової літератури, 2009. – 296 с. (базовий підручник)
12. Бєлєвцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / М.І. Бєлєвцев, Л.В. Шестопалова; – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 416 с.
13. Дубовик В.И. Инфраструктура товарного рынка: Учебное пособие / В.И. Дубовик, В.Л. Плющенко; – Донецк, 2001. – 513 с.
14. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка / Л.А. Ибрагимов/- 2-е изд., перераб. и доп.; – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 359 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент ./ Ф. Котлер, пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского.; – СПб.: Питер, 2000. – 752 с.
16. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. Посібник / А.С. Савощенко,Полонець В.М. – К.: КНЕУ, 2008 – 376 с.
17. Федько В. П. Инфраструктура товарного рынка: «Учебники, учебные пособия» / В.П. Федько, Н.Г. Федько; - Ростов-н/Д: Феникс, 2000. – 512 с.
8. Шубін О.О. Інфраструктура товарного ринку / О.О. Шубін, О.М. Азарян. – 2-ге вид. – К.:Знання, 2009. – 379 с.

Додаткова

18. Белявцев М.И. Инфраструктура товарного рынка / М.Л. Белявцев, Л.В. Шестопалова - М.: ЦУЛ, 2005 – 416с.
19. Ястремская Е.Н. Инфраструктура товарного рынка: учеб пособие / Е.Н. Ястремская, Д.В. Райко - Х: ИНЖЕК, 2006 - 216 с.
20. Джумабоев Х.К. Инфраструктура рынка как фактор повышения продовольственного обеспечения населения / Х.К. Джумабоев //Вестник ТГНУ-2007.- №6 (38).С. 147-151.
21. Пронин Е. Развитие конкурентной среды на рынке лизинга сельхозтехники / Е. Пронин //АПК: экономика и управление, 2008. - №2 - С.47-48
22. Бондаренко, В.А. Эффективность маркетинг-менеджмента национальной экономики на основе согласованного развития и функционирования институтов инфраструктуры Текст. / В. А. Бондаренко. Монография. М., 2006. 212 с.
23. Бондаренко, В. Теоретические аспекты совмещения маркетинга и инфраструктуры, как подсистемы экономики. / В. Бондаренко // Вестник РГЭУ «РИНХ». 2009. 2(28).
24. Ишмуратов, М.М. Развитие инфраструктуры регионального продовольственного рынка (теория, методология, практика). Текст. / М.М. Ишмуратов. Автореф. д-ра экон. наук. М., 2009.
25. Федько, В.П. Внешняя торговля и формирование общехозяйственной инфраструктуры в контексте глобализации Текст./ В.П. Федько, В.А. Бондаренко. Монография. Ростов-н/Д. 2005. - 208 с.

Інформаційні ресурси

1. MarketingWeek - http://www.marketingweek.co.uk/
2. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
3. Компанія - http://www.ko.ru/
4. Креатив&creativity - http://www.creative-mgz.ru/
5. Маркетинг в России и за рубежом - http://www.dis.ru/market/
6. Маркетинг та маркетингові дослідження - http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml
7. Маркетинг. Менеджмент - http://www.mgmt.ru/index.html
8. Маркетолог - http://www.marketolog.ru/

9. Новий маркетинг - http://marketing.web-standart.net/
10. Практичний маркетинг - http://www.bci-marketing.aha.ru/

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, практичних завдань, при складанні заліку суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов’язати студента написати пояснювальну записку на ім’я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті. **Студент отримує С, якщо:** Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем) Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення Аргументи вірні, але обмежені / недостатні Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок. **Студент отримує D (E), якщо:** Виконує не менше 50% отриманих завдань Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі. **Студент отримує F/FX, якщо:** Виконав менше 50% отриманих завдань У завданнях присутній плагіат Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Основи маркетингового управління (Маркетингові основи підприємницької діяльності)

Анотація

Мета курсу: формування системи теоретичних знань та практичних навичок із застосування теорії маркетингу як інструмента підвищення ефективності підприємницької діяльності в умовах конкурентного ринку.

Основні компетентності, що формуються:

– здатність демонструвати сучасне розуміння ролі маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів;

– здатність дослідити вплив макро- та мікросередовища маркетингу на діяльність підприємства.

– здатність визначати форми і методи зниження ступеня ризику підприємницької активності.

– здатність застосовувати сучасні методи та інструменти побудови відносини із споживачами на основі маркетингового погляду на ринкові відносини.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	4	4/вибіркова	Мостова А.Д., д.е.н., доц.	120 год. (28 год. лекцій, 22 год. практичних занять, 70 год. самостійної роботи)

Результати навчання:	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 4.1. Демонструвати сучасне розуміння ролі маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів.	Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій
РН 4.2. Дослідити вплив макро- та мікросередовища маркетингу на діяльність підприємства.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 4.3. Визначити форми і методи зниження ступеня ризику підприємницької активності.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН 12.1. Застосовувати сучасні методи та інструменти побудови відносини із споживачами на основі маркетингового погляду на ринкові відносини.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Оцінка практичних навичок
	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, усні відповіді на питання,

РН 12.2. Обґрунтовувати організаційну структуру відділу маркетингу на підприємстві. РН 12.3. Запроваджувати сучасні форми і методи в розробці стратегії ділової активності підприємства. РН 12.4. Розраховувати вигоду і можливі втрати від підприємницької діяльності. РН 18.1. Може активно працювати в команді, в тому числі над проектами комерційними та громадськими, може порозумітися з особами, які є та не є фахівцями в сфері маркетингу. РН 18.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення, нести відповідальність за дії та рішення. РН 24.1. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі принципів безпеки. РН 24.2. Будувати відносини із споживачами на основі етичних міркувань. **РН 3.1-3.4, РН 12.1-12.4, РН 18.1-18.2, РН 21.1-21.2** **РН 3.1-3.4, РН 12.1-12.4, РН 18.1-18.2, РН 21.1-21.2**	Лекція, дискусія, практичне заняття з розв'язуванням задач Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв'язуванням задач Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study) Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Виконання практичних завдань, дослідження за темою бізнес-плану Розробка індивідуального проекту, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	розв'язування задач, Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій Усні відповіді на питання, розв'язування задач Участь в дискусії, мозковому штурмі, (Поточний контроль) Індивідуальне завдання (бізнес-план) Індивідуальне завдання (бізнес-план) Залік
Оцінка		
Підсумкова оцінка:		

100% підсумкової оцінки виставляється за результатами заліку (40%) та поточного оцінювання (60%)
40% Залік (5 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає теоретичне питання, 1 аналітичне завдання та 1 аналітично-розрахункову задачу)
60% Поточна оцінка:
10% участь у дискусії, мозковому штурмі
30% бізнес-план
10% розв'язуванням задач (письмово)
10% аналіз ситуацій (case-study)

Зміст

1. Основи підприємництва
2. Середовище підприємницької діяльності та маркетингове середовище
3. Технологія створення підприємства (власної справи)
4. Планування та проектування підприємницької діяльності
5. Маркетингова діяльність підприємницьких одиниць
6. Оцінка підприємницьких ризиків
7. Аналіз господарської та фінансової діяльності підприємницьких одиниць
8. Стратегічне управління підприємництвом

Література

Основна

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 612 с. (базовий підручник).
2. Колот, В. М. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура [Текст] : навч. посібник / В. М. Колот, І. М. Рєпіна, О.В. Щербина. – 3-тє вид. – К. : КНЕУ, 2010. – 444 с.

Додаткова

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства. Підручник. 2-ге вид./О.С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 728 с.
2. Курс лекцій з дисципліни „Основи підприємницької діяльності. Менеджмент. Маркетинг ". Навчальний посібник / упоряд.: Т.І. Романюк Біла Церква: БКСД, 2010. 72с
3. Руделіус В. Маркетинг: Підручник /В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О. Бабенко та ін./ 4-те вид. - К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. - 648 с.
Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2008. – 712 с.
4. Переверзєв М.П. Основи підприємництва/М.П. Переверзєв, А.М. Луньова К.:ИНФРА-М , 2009 - 176 с.
5. Донець Л.І. Основи підприємництва. Навчальний посібник./Л.І. Донець, Н.Г. Романенко – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
6. Прокопенко О.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник / О.В. Прокопенко; - К.: Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
7. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга. / Д.Джоббер; пер.с англ.; учеб. пособие. - М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. - 688 с.
8. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства. Навчальний посібник. / І.З.Должанський, Т.О.Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 382 с.

9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского.; – СПб.: Питер, 2000. – 752 с.
10. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: Навчальний посібник./І.М. Грищенко — К.: Грамота, 2006. — 304 с.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг и реклама»,
2. «Маркетинг в Україні»,
3. «Маркетинг в России и за рубежом»,
4. «Новый маркетинг».

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов’язати студента написати пояснювальну записку на ім’я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує B, якщо:
Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)
Бере участь в практичних заняттях, дискусіях
Виконує всі модульні контрольні роботи
Демонструє добре знання поставленої проблеми
Призводить досить аргументовані відповіді
Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів
Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.
Студент отримує C, якщо:
Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення
Аргументи вірні, але обмежені / недостатні
Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.
Студент отримує D (E), якщо:
Виконує не менше 50% отриманих завдань
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань
У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання
Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Територіальний маркетинг				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): Курс орієнтований на допомогу здобувачам у вивченні сучасних підходів, форм та методів маркетингової роботи в процесі управління територією.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	I	3/вибіркова	Шевченко В.М., к.держ.упр., доц.	90 год. (14 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 62 год. самостійної роботи)
Результати навчання Після закінчення курсу здобувачі зможуть:		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6.1. Визначати основні напрямки взаємодії й взаємного впливу зовнішнього й внутрішнього середовища території. РН 6.2. Сформулювати принципи й етапи впровадження територіального маркетингу. РН 6.3. Окреслювати критерії класифікації суб'єктів територіального маркетингу. РН 8.1. Визначати цілі, завдання, що відповідають специфіці зовнішнього й внутрішнього середовища території. РН 8.2. Розробляти й застосовувати необхідні механізми для рішення конкретних завдань в області сегментації ринку й позиціювання території. РН 8.3. Виявляти й розвивати		Інтерактивна лекція, навчальні посібники, дискусія Проблемна лекція, тематичне дослідження в малих групах Панельне обговорення, есе Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; тести (Поточний контроль) Участь у дискусії, усні відповіді на питання; презентація для малих груп (Поточний контроль) Участь у розв’язанні кейсу; реферат (Поточний контроль) Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Виконання практичних завдань та участь в обговоренні

конкурентні переваги території. РН 8.4. Використовувати специфічні знання в області формування й вибору ділових і функціональних стратегій для розвитку території. РН 17.1. Може активно працювати в групі під керівництвом лідера. РН 17.2. Здатен мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення. РН 22.1. Здатен брати ініціативу та формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій. РН 22.2. Проявляє вміння вносити корективи в процес досягнення поставлених цілей.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань Проблемна лекція, тематичне дослідження в малих групах Інтерактивна лекція, навчальні посібники, дискусія Розв’язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації Розв’язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації Розв’язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації, Розв’язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації,	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Оцінка кейс стаді Оцінювання розв’язання кейсу в малій групі Оцінювання розв’язання кейсу в малій групі Оцінювання розв’язання кейсу в малій групі Оцінювання розв’язання кейсу в малій групі

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

20% участь у дискусії

20% тест (вибір декількох)

30% реферат (написаний)

30% розв'язування кейсів (усна,)

Зміст

Тема 1. Сутність територіального маркетингу

Тема 2. Комплекс інструментів територіального маркетингу

Тема 3. Споживачі ресурсів і суспільних благ території. Сегментація ринку в територіальному маркетингу

Тема 4. Позиціювання й диференціація території. Аналіз конкуренції в територіальному маркетингу

Тема 5. Організація та управління територіальним маркетингом

Тема 6. Маркетинг міста

Тема 7. Територіальний маркетинг регіону

Тема 8. Територіальний маркетинг країни

Література

Основна

- Гринчук Н. Формування територіальних маркетингових стратегій: матеріали до курсу / Н. Гринчук. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://regionet.org.ua/files/08.Territorial_Marketing_Grynchuk_Materials_UA.pdf (базовий підручник).
- Шевченко В.М. Територіальний маркетинг: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) [Електронний ресурс] / В.М. Шевченко, А.Д. Мостова. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 96 с.

Додаткова

- Балабанова Л. В. Маркетинг: Підручник / Л.В.Балабанова. – К.: Знание-Пресс, 2004. – 645 с.
- Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2008. – 720 с.

4. De Chernatony L. Defining a "brand": beyond the literature with experts' interpretations. / L. de Chernatony, D. Riley // Journal of Marketing Management. – 1998. – № 14. – С. 417–443.

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Облік витрат в маркетингу

Анотація

Мета курсу: формування сучасної системи теоретичних знань та практичних навичок з обліку витрат в маркетингу, з урахуванням загальноприйнятих принципів, які є характерними для вітчизняної облікової системи та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку й фінансової звітності.

Основні компетентності, що формуються:

– здатність правильно визначати особливості господарсько-фінансового механізму суб'єктів господарської діяльності та використовує їх у маркетингу;

– здатність збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію;

– здатність застосовувати навички самостійної роботи, гнучке мислення, відкритість до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	VI	3/вибіркова	Шевченко В.М., к.держ.упр., доц.	90 год. (22 год. лекцій, 11 год. практичних занять, 57 год. самостійної роботи)

Результати навчання Після закінчення курсу здобувачі зможуть:	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 2.1. Знає основні методи організації та ведення бухгалтерського обліку маркетингово-збутових витрат. РН 2.2. Знає документальне оформлення та зберігання бухгалтерської документації. РН 12.1. Правильно визначає особливості господарсько-фінансового механізму суб'єктів господарської діяльності та використовує їх у	Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекція, дискусія, практичне заняття з розв'язуванням задач	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Оцінка практичних навичок Участь у семінарі, тест, вирішення проблемних ситуацій Участь у дискусії, усні

маркетингу. РН 12.2. Збирає та аналізує необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію. РН 17.1. Працює в команді, виконує функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивує людей приймає нестандартні маркетингові рішення. РН 21.1. Має навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. **РН 2.1-2.2, РН 12.1-12.2,** **РН 17.1, РН 21.1**	Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв'язуванням задач Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study) Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Написання курсової роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь в дискусії, мозковому штурмі, тест (Поточний контроль) Залік

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

20% участь у дискусії
20% тест (вибір декількох)
30% реферат (написаний)
30% розв'язуванням задач (усна)

Зміст

1. Маркетингові витрати: їх поняття та сутність.
2. Визнання витрат, що формують маркетингову діяльність, їх структура і класифікація.
3. Аналіз поведінки витрат для прийняття управлінських рішень.
4. Організація управління маркетинговими витратами на підприємстві.

5. Методи обліку маркетингово-збутових витрат і калькулювання собівартості маркетингових послуг.

6. Планування і бюджетування маркетингової діяльності підприємства.

7. Аналіз ефективності та напрямки оптимізації витрат маркетингової діяльності на підприємствах.

Література

Основна

- Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник / О.В. Лишиленко. – К.: ЦУЛ, 2017. – 670 с. (базовий підручник)
- Audit Center: Маркетингові послуги: оформлення та податковий облік (Роз'яснення Міністерства доходів і зборів від 01.07.2013 Практика застосування норм Податкового кодексу України: останні зміни): Електронний ресурс. – Режим доступу: http://auditcnt.com.ua/uk/.

Додаткова

- Витрати на маркетинг: бухгалтерський та податковий облік: Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.visnuk.com.ua/.
- ПКУ – Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI.
- Закон № 996 – Закон України „Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.99 р. № 996-XIV.
- П(С)БО 16 – Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати", затверджене наказом Мінфіну від 31.12.99 р. № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.help/article/polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-16.
- Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: станом на 08.02.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99.

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача.

Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань

У завданнях присутній плагіат

Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі

Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання

Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Основи маркетингового управління (Маркетингове управління конкурентоспроможністю)

Анотація

Мета курсу: сформувати у студентів систему теоретичних знань та практичних навичок з дослідження характеру конкурентного середовища та вибору ефективних моделей конкурентних стратегій, які б забезпечували підвищення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах господарювання.

Основні компетентності, що формуються:

- здатність визначати і оцінювати показники конкурентоспроможності підприємств, продукції, галузі та держави;
- здатність вибирати конкурентні стратегії;
- здатність визначати фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів;
- здатність аналізувати форми і методи конкуренції в трансформаційний період;
- здатність визначати кількісні показники міжнародної конкурентоспроможності країни;
- здатність розробляти і впроваджувати заходи підвищення конкурентоспроможності;
- здатність здійснювати вибір оптимальних стратегій для українських підприємств на зарубіжних ринках.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	I	3,5 / вибіркова	Шевченко В.М. к.держ.упр., доц.	105 год. (14 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 77 год. самостійної роботи)

Результати навчання	Методи викладання, навчання	Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 6.1. Визначати основні конкурентні переваги та способи їхнього досягнення конкретним підприємством в залежності від ситуації, що складається.	Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 6.2. Ідентифікувати базові різновиди конкурентних стратегій, основні типи ринків та відповідні їм ефективні стратегії конкуренції.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН 6.3. Сформулювати	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань	Оцінка практичних навичок

сутність загальної концепції управління конкурентоспроможністю підприємства та специфічні особливості управління конкурентоспроможністюорганізацій різних типів. РН 12.1. Аналізувати положення підприємства у конкурентному середовищі; проводити діагностику та ревізію поточної конкурентної стратегії. РН 12.2. Виконувати розрахунки, що пов'язані з оцінкою ступеню інтенсивності конкуренції; здійснювати розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, що спрямовані на підвищення якості продукції і продуктивності виробництва. РН 12.3. Здійснювати розрахунки та здійснювати аналіз одиничних, групових та інтегральних показників конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності підприємства. РН 12.4. Визначати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства.	Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, самостійна робота Кейс стаді, есе, дискусія, наукове дослідження Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, презентації, дослідження за темою курсової роботи Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації.	Оцінка результатів дослідження та практичних навичок Оцінка кейс стаді, есе Презентація кейсу в малій групи, індивідуальна презентація Оцінка результатів дослідження та практичних навичок
Оцінка		
Підсумкова оцінка		

40% - підсумкове письмове тестування
25% - опитування (в рамках семінарів)
20% - виконання індивідуального завдання
15% - участь у діловій грі

Зміст

Тема 1. Конкуренція в системі ринкової економіки
Тема 2. Конкурентоспроможність товарів та послуг
Тема 3. Фактори забезпечення конкурентоспроможності підприємства
Тема 4. Аналіз і оцінювання конкурентоспроможності підприємства
Тема 5. Мікростратегії конкурентоспроможності
Тема 6. Система маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємства
Тема 7. Конкурентоспроможність галузей

Література

Основна

1. Балабанова Л.В., Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навчальний посібник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Київ: ТОВ «Видавничій дім «Професіонал», 2013. – 448 с.
2. Шевченко В.М. Маркетингове управління конкурентоспроможністю: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) [Електронний ресурс] / В.М. Шевченко, А.Д. Мостова. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 108 с.

Додаткова

- Омельяненко Т. В., Барабась Д. О., Вакуленко А. В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч.дисц. – К.: КНЕУ, 2006. – 272 с.
- Управління конкурентоспроможністю підприємств у сучасних умовах: колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. Шарко М.В. – Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2016. – 177 с.
- Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
- Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. /С. М. Клименко, Т. В. Омельяненко, Д. О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. –520 с.
- Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці / Т. І. Гончарук. – Суми: ВВП "Мрія-1" ЛТД, 2011. – 60 с.

Інформаційні ресурси

1. MarketingWeek - http://www.marketingweek.co.uk/
2. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
3. Компанія - http://www.ko.ru/
5. Маркетинг та маркетингові дослідження - http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml
6. Маркетинг. Менеджмент - http://www.mgmt.ru/index.html
7. Новий маркетинг - http://marketing.web-standart.net/
8. Практический маркетинг - http://www.bci-marketing.aha.ru/
9. Интернет-издание о рекламе и маркетинге [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.marketingmix.com.ua

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:
Виконує не менше 50% отриманих завдань
Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи
У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань
У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання
Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.
Студент отримує F/FX, якщо:
Виконав менше 50% отриманих завдань
У завданнях присутній плагіат
Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі
Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання
Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Створення і управління власним бізнесом				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): *Метою дисципліни* є формування системи теоретичних знань та практичних навичок з обліку витрат в маркетингу, з урахуванням загальноприйнятих принципів, які є характерними для вітчизняної облікової системи та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку й фінансової звітності. При цьому особливий наголос робиться на організації обліку маркетингово-збутових затрат, аналізу фінансової звітності, розрахунку економічних та маркетингових показників				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	II	3/вибіркова	Шевченко В.М., к.держ.упр., доц.	90 год. (14 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 95 год. самостійної роботи)
Результати навчання Після закінчення курсу здобувачі зможуть:		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
1) проаналізувати фінансово-економічний стан підприємства та використати його у маркетингу;		Лекція та вивчених літературних джерел, дискусія за матеріалами лекції, практичне заняття з розв’язуванням задач		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; написання реферату, тесту; пояснення зв’язків, залежностей, ходу роз’яснення задач (Поточний контроль)
2) використати фінансово-економічні показники у процесі ухвалення управлінських рішень;		Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв’язуванням задач		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; рішення практичних задач (Поточний контроль)
3) працювати в команді, виконувати функціональні обов’язки в групі під керівництвом лідера		Тематичне дослідження в малій групі		Участь у розв’язанні кейсу (Поточний контроль)
Оцінка				
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: 20% участь у дискусії 20% тест (вибір декількох) 30% реферат (написаний)				

30% розв'язуванням задач (усна)
Зміст
1. Маркетингові витрати: їх поняття та сутність. 2. Визнання витрат, що формують маркетингову діяльність, їх структура і класифікація. 3. Аналіз поведінки витрат для прийняття управлінських рішень. 4. Організація управління маркетинговими витратами на підприємстві. 5. Методи обліку маркетингово-збутових витрат і калькулювання собівартості маркетингових послуг. 6. Планування і бюджетування маркетингової діяльності підприємства. 7. Аналіз ефективності та напрямки оптимізації витрат маркетингової діяльності на підприємствах.
Література
Основна • Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник / О.В. Лишиленко. – К.: ЦУЛ, 2017. – 670 с. (базовий підручник) • Audit Center: Маркетингові послуги: оформлення та податковий облік (Роз'яснення Міністерства доходів і зборів від 01.07.2013 Практика застосування норм Податкового кодексу України: останні зміни): Електронний ресурс. – Режим доступу: http://auditcnt.com.ua/uk/.
Додаткова • Витрати на маркетинг: бухгалтерський та податковий облік: Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.visnuk.com.ua/. • ПКУ – Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. • Закон № 996 – Закон України „Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.99 р. № 996-XIV. • П(С)БО 16 – Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати", затверджене наказом Мінфіну від 31.12.99 р. № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.help/article/polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-16. • Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: станом на 08.02.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99.
Політика курсу **Політика доступу до навчально-методичних матеріалів.** Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача. **Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів.** Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання). **Політика щодо академічної доброчесності**: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на

узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обгрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо: Виконав менше 50% отриманих завдань У завданнях присутній плагіат Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Маркетинговий контроль і аудит

Анотація

Мета курсу: формування сучасної системи теоретичних знань та практичних навичок з теорії маркетингового контролю і аудиту підприємства та оволодіння методологією маркетингового аудиту з метою інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингових операцій, зниження ймовірності і сили комерційного ризику.

Основні компетентності, що формуються:

– здатність демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках;

– здатність аналізувати положення підприємства у конкурентному середовищі; проводити діагностику та ревізію маркетингової діяльності підприємства;

– здатність Виконувати розрахунки, що пов'язані з оцінкою маркетингових операцій; здійснювати комплексний аудит маркетингової діяльності підприємства, що спрямований на пошук шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства;

– здатність застосовувати навички самостійної роботи, гнучке мислення, відкритість до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр., Англ.	VIII	5/вибіркова	Шевченко В.М., к.держ.упр., доц.	150 год. (24 год. лекцій, 24 год. практичних занять, 102 год. самостійної роботи)

Результати навчання Після закінчення курсу здобувачі зможуть:	**Методи викладання, навчання**	**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6.1. Формулює сутність маркетингового аудиту підприємства.	Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел	Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій
РН 6.2. Визначає основні складові маркетингового аудиту з метою інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингових операцій, зниження ймовірності й сили комерційного ризику.	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота	Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань Виконання практичних завдань та участь в обговоренні Оцінка практичних навичок
РН 6.3. Демонструє знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекція, дискусія, практичне заняття з розв'язуванням задач	Участь у семінарі, тест, вирішення проблемних ситуацій

промислових, в т.ч. міжнародних, ринках. РН 12.1. Аналізує положення підприємства у конкурентному середовищі; проводити діагностику та ревізію маркетингової діяльності підприємства. РН 12.2. Виконує розрахунки, що пов'язані з оцінкою маркетингових операцій; здійснювати комплексний аудит маркетингової діяльності підприємства, що спрямований на пошук шляхів і резервів удосконалення маркетингу підприємства. РН 12.3. Здійснює аналіз необхідної інформації, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного і методичного інструментарію. РН 19.1. Дотримується соціальних норм і правил при співпраці з партнерами. РН 19.2. Поважає різноманіття та міжкультурність при виконанні поставлених завдань. РН 21.1. Має навички самостійної роботи, гнучкого мислення,	Періодичний діалог з аудиторією, практичне заняття з розв'язуванням задач Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study) Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Написання курсової роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	Участь у дискусії, усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь у мозковому штурмі, вирішення проблемних ситуацій Усні відповіді на питання, тест, розв'язування задач, тест Участь в дискусії, мозковому штурмі, тест (Поточний контроль) Залік

відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним; РН 21.2. Набув здатностей формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, вносити корективи в процес досягнення цілей **РН 6.1-6.3, РН 12.1-12.3, РН 19.1-19.2, РН 21.1-21.2**		

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

20% участь у дискусії
20% тест (вибір декількох)
30% реферат (написаний)
30% розв'язуванням задач (усна)

Зміст

Тема 1. Маркетинговий аудит в системі ринкової діяльності підприємства
Тема 2. Аудиторське оцінювання маркетингового середовища підприємства
Тема 3. Аудит стратегічних цілей підприємства
Тема 4. Аудит системи показників ефективності діяльності підприємств
Тема 5. Аудит організації маркетингу на підприємстві
Тема 6. Аудит системи закупівель та логістики на підприємстві
Тема 7. Аудит системи управління підприємства

Література

Основна

- Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник / Д.В.Тюрин; Библиотека Российской Ассоциации Маркетинга. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012 - 251с.
- Маркетинг-контроллинг и маркетинг-аудит: Учебное пособие.– СПб.: Изд-воСПбГУЭФ, 2009.– 64 с.
- Петренко С.А. Маркетинговий аудит: Збірник завдань для практичних занять та самостійної роботи/ Укладач: С.А.Петренко; Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля. – Дніпропетровськ, 2012. – 90с.

Додаткова

- Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту. Навчальний посібник. / Л.В.Балабанова, А.В.Балабаниць; - Київ: ВД Професіонал, 2004. – 224 с.
- Уилсон О. Аудит маркетинга. Практический инструментарий для контроля эффективности маркетинга / Обри Уилсон; Изд; "Баланс-клуб", 2004. – 203 с.
- Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / С.С.Гаркавенко; - Київ: Лібра, 2008. – 720 с.
- Котлер Ф. Маркетинг менеджмент /Ф.Котлер, Келлер К. - СПб.: Питер, 2010. – 816 с.
- Баланюк І. Ф. Маркетинговий аудит на підприємстві / І. Ф. Баланюк // Ринок

аудиторських послуг в Україні: стан і перспективи розвитку : зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (15–16 квіт. 2010 р.). –Івано-Франківськ, 2010. – С. 100–102.

- Голяш І. Концепція маркетингового аудиту: проблеми теорії та практики/ І. Голяш, Н. Галушка// Журнал європейської економіки.-2008.-№3.-С. 274-289.
- Дадьо Я. Маркетинговий аудит- засіб підвищення конкурентоздатності підприємства/ Я. Дадьо// Маркетинг в Україні.- 2006.- №2.- С. 47-51.
- Дженстер В. Анализ сильных и слабых сторон компании: аудит маркетинга/ В. Дженстер, Д.Хасси// Отдел маркетинга.-2005.- №9.- С. 2-5.
- Плаксій Т.О., Пухальська Г.В. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення/Т.О. Плаксій, Г.В. Пухальська//Економічні науки. – 2009.- №2, Т.1. – С. 74-77.
- Практичний курс внутрішнього аудиту: підручник / В. В. Немченко, В. П. Хомутенко, А. В. Хомутенко. – К.: ЦНЛ, 2008. – 240 с.
- Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – 2-е изд., перер. и доп. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 528с.
- Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак – К.: КНЕУ,2008. – 246 с.
- Штефанич Д. А., Братко О. С., Дячун О. Д., Лагоцька Н. З., Окрепкий Р. Б. Маркетинговий аналіз: Навчальний посібник / За ред. доктора економічних наук, професора Д. А. Штефанича. - Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2012. - 296 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

Періодичні видання

Журнал "Маркетинг в Україні"./ Видавництво: Українська Асоціація Маркетингу.

Науковий журнал "Маркетинг в Україні". / Засновники: Всеукраїнська громадська організація “Українська асоціація маркетингу”, Державний вищий навчальний заклад “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Інтернет-сайти

1. Интернет-издание о рекламе и маркетинге www.MarketingMix.com.ua, 2000. Електронний ресурс: www.marketingmix.com.ua . Режим доступу – вільний, рос. мова.
2. Маркетинг-журнал "4P", 2008. Електронний ресурс: http://www.4p.ru . Режим доступу – вільний, рос. мова.

Інтернет-сайти

3. Интернет-издание о рекламе и маркетинге www.MarketingMix.com.ua, 2000. Электронний ресурс: www.marketingmix.com.ua . Режим доступу – вільний, рос. мова.
4. Маркетинг-журнал "4P", 2008. Электронный ресурс: http://www.4p.ru . Режим доступу – вільний, рос. мова.

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження, практичних завдань суворо заборонено. В разі виявлення

плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомогою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує власну обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань

У завданнях присутній плагіат

Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі

Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання

Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Основи бізнес-комунікації (Ділові комунікації)				
Анотація **Мета курсу:** сформувати у студентів систему уявлень про ділові комунікації як засіб співпраці, взаємодії, забезпечення досягнення цілей, навчити необхідним правилам ділової етики і нормам поведінки, прийнятим в професійному співтоваристві, що є необхідним для їх успішної майбутньої професійної діяльності. **Основні компетентності, що формуються:** - здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями; - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; - навички використання інформаційних комунікаційних технологій; - здатність працювати в міжнародному контексті; - здатність діяти соціально відповідально та свідомо; - здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу; - здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу; - здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; - здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі; - здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	III	3 / вибіркова	Щолокова Г.В., к.політ.н., доц.	90 год. (14 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 62 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН1.1. Демонструє знання щодо загальних правил ділового спілкування, форм та засобів вербального та невербального спілкування; РН1.2. Демонструє розуміння змісту наукової літератури з дисципліни;		Лекція, використання мультимедійної системи, семінар, ділова гра, дискусія за матеріалами лекції та вивчених літературних джерел.		Тест, участь у дискусії, участь в діловій грі, усні відповіді на питання.

РН1.3. Демонструє знання щодо специфіки національно-культурного мовного та невербального спілкування. РН3.1. Використовує на практиці технології ділової взаємодії; РН5.1. Застосовує набуті теоретичні знання для використання вербальних і невербальних засобів спілкування, а також для розпізнавання намірів партнерів, які користуються цими засобами; РН5.2. Застосовує інноваційні підходи щодо публічного виступу, ведення суперечки, дискусії, полеміки, самопрезентації. РН10.1. Володіє навичками долання комунікативних бар'єрів РН10.2. Дотримується соціальних норм і правил при співпраці з партнерами, правил ділового етикету в діловій взаємодії; РН10.3. Встановлює доброзичливу атмосферу під час комунікації з бізнес-партнерами. РН15.1. Діє соціально відповідально та		

громадсько свідомо на основі етичних міркувань РН15.2. Поважає різноманіття та міжкультурні особливості в діловому спілкуванні РН17.1 Володіє навичками письмової та усної загальної комунікації державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології		

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

30% - підсумкове письмове тестування
35% - опитування (в рамках семінарів)
20% - виконання індивідуального завдання
15% - участь у діловій грі

Критерії підсумкової оцінки

90-100	**A**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються ділових комунікацій, демонструє добре розуміння їх особливостей, має практичні навички щодо використання їх в повсякденному та діловому житті. Обґрунтовує свою думку.
82-89	**B**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються ділових комунікацій, демонструє добре розуміння їх особливостей, має практичні навички щодо використання їх в повсякденному та діловому житті. Неповністю обґрунтовує своєї думки.
75-81	**C**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються ділових комунікацій, демонструє добре розуміння їх особливостей, не має достатніх практичних навичок щодо використання їх в повсякденному та діловому житті.
67-74	**D**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються ділових комунікацій, демонструє недостатнє розуміння їх особливостей, не має достатніх практичних навичок щодо використання їх в повсякденному та діловому житті.
60-66	**E**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються ділових комунікацій, демонструє нерозуміння їх особливостей, не має достатніх практичних навичок щодо використання їх в повсякденному та діловому житті.

35-59	**FX**	Студент показує недостатнє розуміння питань, не надає необхідної інформації щодо поставленого питання і наводить під час відповіді непотрібну інформацію.
1-34	**F**	Студент не демонструє будь-які знання або розуміння поставленого питання, відповіді характеризуються тотальним нерозумінням предмету.

Зміст

Тема 1. Основи ділових комунікацій: вступ
Тема 2. Професійна етика та етикет у ділових комунікаціях
Тема 3. Форми ділових комунікацій
Тема 4. Особливості ділового листування
Тема 5. Особливості та труднощі ділових комунікацій
Тема 6. Особливості міжкультурної ділової комунікації

Література

Основна

1. Доброскок І.І., Овсієнко Л.М. Організація сучасної ділової комунікації: навчальний посібник для студентів ВНЗ / І.І. Доброскок, Л.М. Овсієнко. – Переяслав-Хмельницький : «Видавництво КСВ», 2015. – 446 с. (базовий підручник).
2. Авраменко О. О., Яковенко Л. В., Шийка В. Я Ділове спілкування: Навчальний посібник. / За наук. ред. О. О. Авраменко. – Івано-Франківськ: «Лілея-НВ», 2015. – 160 с.
3. Етика ділових відносин: навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.
4. Тєлєжкіна О. О. Ділове спілкування: усна і писемна форми: навч. посіб. / О. О. Тєлєжкіна, Н. О. Лисенко, О. О. Кушнір, О. О. Литвиненко, Н. В. Піддубна. – Х. : Вид-во НФаУ, 2015. – 384 с.
5. Hartley P., Bruckmann C.G. Business Communication. – London and New York: Routledge, 2007. – 382 p.
6. Barker A. Improve Your Communication Skills. – London, Philadelphia, New Delhi: Kogan Page, 2011. – 200 p.

Додаткова

1. Барановська Л. В. Психологія ділового спілкування: навч. посібник / Л. В. Барановська, Н. В. Глушаниця. – К.: НАУ, 2016. – 248 с.
2. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: Навчальний посібник. Вид. 2-ге, доп. та перероблене. – К.: АртЕк, 2002. – 208 с.
3. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. – Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 275 с.
4. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування: навч. посіб. / уклад.: Гошовська В. А. та ін. – Київ : К.І.С., 2016. – 130 с.
5. Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації. // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2010. – Вип. 35. - С. 260 - 268.
6. Harrison E.B., Muhlberg J. Leadership Communication. How Leaders Communicate and How Communicators Lead in Today's Global Enterprise. – New York: Business Expert Press, 2014. – 285 p.

Інформаційні ресурси

1. https://uapr.com.ua/
2. https://sostav.ua/

3. https://mr.com.ua/
4. https://aboutmarketing.info/
5. https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2870643-tendencii-i-prognozi2020-na-ukrainskomu-rinku-pr.html
6. http://mami.org.ua/uk/

Політика курсу

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять. Роботи (індивідуальне завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-5 балів).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час тестування заборонено (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Плагіат є забороненим.

Політика щодо відвідування студентів. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції, практичного заняття (у одногрупників чи з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється відволікати одногрупників та викладача, вмикати чи вимикати електронне обладнання без дозволу викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, а також телефонні розмови. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Назва дисципліни: Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)				
Анотація **Мета курсу:** формування у здобувачів системи уявлень про історичне становлення рекламної діяльності, передумови її виникнення, про соціально-психологічні, економічні, культурологічні та етико-естетичні складові феномена реклами. **Основні компетентності, що формуються:** - здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільств, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні; - здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства та основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знать про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя; - здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; - визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків; - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; - здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; - здатність проведення досліджень на відповідному рівні; - здатність працювати в міжнародному контексті; - здатність діяти соціально відповідально та свідомо; - здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу; - здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу; - здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; - здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими; - здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; - здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності; - здатність визначити вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; - здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; - здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності; - здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухвалені маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності; - здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначити особливості функціонування ринків; - здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу; - здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі; - здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.				
Мова викла-дання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова,**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**

		вибіркова)		
Укр.	IV	4 / вибіркова	Щолокова Г.В., к.політ.н., доц., Мямліна А.В., викл.	120 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 78 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН1 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання індивідуального завдання, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, індивідуальне завдання, тест.
РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест.
РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності економічного суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники що характеризують результативність такої діяльності.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест.
РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання тестових завдань.		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, тест.
РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички		Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із		Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання,

підприємницької та управлінської ініціативи.	використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття.	доповіді.
РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, практичне заняття.	Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, індивідуальне завдання.
РН20. Демонструвати знання інструментів і технологій маркетингу в різних сферах діяльності, на споживчих та промислових, в т.ч. міжнародних, ринках.	Лекція, розповідь-пояснення, дискусія за матеріалами лекції та вивчених джерел, наведення прикладів, у т.ч. із використанням мультимедійної системи, семінар, робота в мікрогрупах, ігрові технології, практичне заняття, виконання індивідуального завдання, виконання тестових завдань.	Участь в дискусії, участь у практичному занятті, усні відповіді на запитання, доповіді, індивідуальне завдання, тест.

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

30% - підсумкове письмове тестування

42% - опитування (в рамках практичних занять)

28% - виконання індивідуального завдання

Критерії підсумкової оцінки

90-100	**A**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються історії реклами, демонструє добре розуміння їх особливостей. Обґрунтовує свою думку.
82-89	**B**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються історії реклами, демонструє добре розуміння їх особливостей. Частково обґрунтовує свою думку.
75-81	**C**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються історії реклами, демонструє добре розуміння їх особливостей. Не обґрунтовує свою думку у повній мірі.
67-74	**D**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються історії реклами, демонструє недостатнє розуміння їх особливостей.
60-66	**E**	Студент частково демонструє теоретичні знання, які стосуються історії реклами, демонструє недостатнє нерозуміння їх особливостей.
35-59	**FX**	Студент показує недостатнє розуміння питань, не надає необхідної інформації щодо поставлених питань і наводить під час відповіді непотрібну інформацію.
1-34	**F**	Студент не демонструє будь-які знання або розуміння поставлених питань, відповіді характеризуються тотальним нерозумінням предмету.

Зміст

Тема 1. Вступ до дисципліни «Основи бізнес-комунікації (Історія реклами)
Тема 2. Протореклама: основні поняття, сутність та особливості
Тема 3. Реклама в античному суспільстві
Тема 4. Реклама в західноєвропейській середньовічній культурі
Тема 5. Рекламна діяльність в Західній Європі у XVII-XVIII ст.
Тема 6. Розвиток західноєвропейської реклами в XIX – на поч. XX ст.
Тема 7. Північноамериканська реклама в XIX – на поч. XX ст.
Тема 8. Реклама у Західній Європі та США у XX ст.
Тема 9. Радянська реклама
Тема 10. Виникнення і розвиток реклами в Україні
Тема 11. Розвиток реклами у незалежній Україні

Література

Основна

1. Історія реклами: конспект лекцій / укладач Н.С. Подоляка. – Суми: Сумський державний університет, 2015. – 193 с. (базовий підручник).

2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.

3. Владимирська А. Реклама: навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К.: Кондор, 2009. – 334 с.

4. Мороз В. Українська культова протореклама / В. Мороз // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – 2011. – Вип. 34, Ч. 2. – С. 244–248.

5. Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності: навч. посіб. / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К.: ЦУЛ, 2006. – 176 с.

6. Савицька Н.Л. Рекламний менеджмент: навч. посібник/ Н.Л. Савицька, Г.А. Синицина, К.С. Олініченко – Харків: вид-во Іванченко, 2015. – 169 с.

7. Тангейт М. Всемирная история рекламы / М. Тангейт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 270 с.

8. Шишкина М. А. Публичные коммуникации в истории цивилизации. – СПб.: Роза мира, 2005. –338 с.

9. Tungate M. ADLAND. A Global History of Advertising. – London, Philadelphia, New Delhi: Kogan Page, 2013. – 276 p.

Додаткова

1. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: Курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

2. Похлебкин В. В. Словарь международной символики и эмблематики. – М.: Международные отношения, 1995. – 300с.

3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2008. – С. 139-151.

4. Райс Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Д. Траут. – СПб.: Питер, 2000. – 256 с.

5. Романина Н. Американская реклама 1960-х: классика жанра / Н. Романина // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 2–3. – С. 71–74.

6. Ромат Є. В. Основи реклами / Є. В. Ромат. – К.: Студцентр, 2006. – 288 с.

7. Ученова В. В. История рекламы / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – СПб.: Питер, 2004. – 304 с.

8. Хавкіна Л. Сучасний український рекламний міф: монографія / Л. Хавкіна. – Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2010. – 352 с.

9. Guf Elizabeth E. Posters. A Global History. – London: Reaktion Books, 2015. – 319 p.

Інформаційні ресурси

1. https://vrk.org.ua/
2. https://sostav.ua/
3. https://aboutmarketing.info/
4. http://mami.org.ua/uk/

Політика курсу

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять. Роботи (індивідуальне завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-5 балів).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час тестування заборонено (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Плагіат є забороненим.

Політика щодо відвідування студентів. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції, практичного заняття (у одногрупників чи з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється відволікати одногрупників та викладача, вмикати чи вимикати електронне обладнання без дозволу викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов’язаного з темою заняття, а також телефонні розмови. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов’язати студента написати пояснювальну записку на ім’я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Назва дисципліни: Сучасні технології маркетингу (Рекламні технології)				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): Курс спрямований на ознайомлення та роботу студентів з сучасними рекламними технологіями, формуванні практичних навичок створення та розповсюдження рекламного контенту.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	VI	3/обов'язкова	Мямліна А.В.	90 год. (22 год. лекцій, 11 год. практичних занять, 57 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
Знати та розуміти творчі та технологічні технології створення реклами Застосовувати нові знання у практичних ситуаціях		Лекції та дискусії, практична робота Семінари, практична робота		Обговорення, дискусії, написання статей, робота з графікою та відео Дискусії, індивідуальні завдання
Сприймають нову інформацію й інтерпретують її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації. Коректно застосовують технічні прийоми та володіння методами організації, планування і оцінки маркетингової комунікаційної діяльності, уміння інтегрувати різні засоби просування в комплекс маркетингових комунікацій.		Лекції та дискусії, практична робота Виконання практичних завдань		Практичні роботи (творчі та технічні) Обговорення ситуацій
Розуміють та вміють		Практичні завдання, обговорення		Індивідуальне завдання

застосовувати різний рекламним контентом Вміють працювати з інформаційними продуктами для належного провадження комунікаційної діяльності. Розробка стратегії для вирішення конкретних завдань підприємства. Аргументують необхідність застосування певної рекламної технології під час промо кампанії.	ситуацій, участь у дискусіях	Підготовка індивідуального завдання виконання практичних завдань

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

5% виконання письмових завдань (ПЗ)
5% захист індивідуального завдання (ІЗ)
5% участь у семінарі (Сем)
10% обговорення ситуацій (Сит)
25% виконання практичних завдань (ПР)
50% тест (2 модульні роботи)

Зміст

Тема 1. Рекламні технології
Тема 2. Контент-маркетинг та контент-стратегія
Тема 3. Копірайтинг
Тема 4. Копірайтинг
Тема 5. SEO-Копірайтинг
Тема 6. Ілюстрації
Тема 7. Візуалізація: Інфоргафіка
Тема 8. Фотографія та мобільна фотографія
Тема 9. Відеоконтент та його різновиди
Тема10. Відеореклама: різновиди
Тема 11. Відеореклама та влогінг: виробництво
Тема 12 Переконування в рекламі. Медіаєтика: моральні норми та правові засади.

Література

Основна

1. Абетка візуальної грамотності/ Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О./ За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р.—Київ : АУП, ЦВП, 2019. (базовий підручник).
2. Огілві Д. Огілві про рекламу/Девід Огілві.- Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2019.- 288 с.

Додаткова
1. Кононов Н. Автор, ножницы, бумага. Как быстро писать впечатляющие тексты. 14 уроков/ Николай Кононов. – М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2017 – 87 с. 2. **Мой Д., Ордольфф М. Телевізійна журналістика: Практична журналістика, том 62 / За загал. ред. В. Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Климченка. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. — 234 с.** 3. Adweek, Breaking News in Advertising, Media and Technology https://www.adweek.com/ Режим доступу – вільний, англ. мова.
Політика курсу
• Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять (лікарняні, мобільність і т.ін.) Бали знімаються за роботи, які здаються невчасно та без завчасного попередження про проблеми (хворобу, виїзд тощо). Роботи, які виконані не так, як слід, та не відповідають завданню, мають бути перероблені до другого модульного тижня. • Плагіат, академічна доброчесність https://duan.edu.ua/yakist/akademichna-dobrochesnist.html, поведінка в аудиторії тощо Плагіат не вітається, так само, як і роботи «copy&paste», така робота має бути написана наново. Щодо поведінки в аудиторії, то слід поводити себе, як належить студенту навчального закладу: не розмовляти по телефону, не пити каву, не перебувати своїх колег під час дискусії та відповідей.

Назва дисципліни: Рекламний бізнес				
Анотація **Мета курсу:** ознайомити майбутніх фахівців із світовими та вітчизняними теорією і практикою рекламного бізнесу, дати розуміння його структур і механізмів впливу, дати базові знання про сучасні методи і принципи рекламування виробів і послуг та навчити використовувати їх для прийняття найбільш ефективних рішень в області реклами. **Основні компетентності, що формуються:** - здатність застосовувати на практиці методи і принципи рекламування товарів і послуг; - здатність планувати рекламну діяльність різних економічних суб'єктів; - здатність розробляти креативну частину рекламних повідомлень; - здатність формувати календарні та медіаплани рекламних кампаній; - здатність аналізувати рекламні звернення за різними ознаками; - здатність володіти навиками вибору засобів передачі рекламного звернення в залежності від специфіки товару, цільової аудиторії, поєднання кольорів; - здатність аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення.				
Мова викладання	**Семестр**	**Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)**	**Викладач**	**Навчальне навантаження**
Укр.	I	3,5 / вибіркова	Шевченко В.М. к.держ.упр., доц.	105 год. (14 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 77 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН 6.1. Знати види реклами товарів, фірмовий стиль та надавати характеристику рекламних засобів.		Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота		Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 6.2. Сформулювати принципи планування рекламної діяльності, правила розробки рекламного бюджету та ідентифікувати методи оцінки ефективності реклами.		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН 12.1. Аналізувати рекламні звернення за різними ознаками та планувати рекламну		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань		Оцінка практичних навичок

діяльність різних економічних суб'єктів.		
РН 12.2. Розробляти креативну частину рекламних повідомлень, формувати календарні та медіаплани рекламних кампаній.	Робота з літературою, інтернет пошук, дискусія, наукове дослідження, самостійна робота	Оцінка результатів дослідження та практичних навичок
РН 12.3. Володіти навичками вибору засобів передачі рекламного звернення в залежності від специфіки товару, цільової аудиторії, поєднання кольорів.	Кейс стаді, есе, дискусія, наукове дослідження Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, презентації	Оцінка кейс стаді, есе
РН 12.4. Аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення.		Презентація кейсу в малій групи, індивідуальна презентація
РН 19.1. Дотримуватися соціальних норм і правил при співпраці з партнерами.	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації.	
РН 19.2. Поважати різноманіття та між культурність при виконанні поставлених завдань.	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації.	
РН 21.1. Набути навичок самостійної роботи та гнучкого мислення.		Оцінка результатів дослідження та практичних навичок
РН 21.2. Бути критичним і самокритичним та відкритим до нових знань.	Розв'язання кейсів індивідуально і у малих групах, виконання практичних завдань, презентації.	

Оцінка

Підсумкова оцінка

40% - підсумкове письмове тестування
25% - опитування (в рамках семінарів)
20% - виконання індивідуального завдання
15% - участь у діловій грі

Зміст

Тема 1. Сучасний рекламний ринок: історія, структура, тенденції, перспективи
Тема 2. Рекламні підприємства: визначення поняття, класифікація, структура, розробка конкурентних стратегій
Тема 3. Рекламний продукт. Роботи та послуги рекламного підприємства. Управління якістю

рекламних послуг

Тема 4. Документування роботи з клієнтом в рамках управління якістю на рекламному підприємстві

Тема 5. Концепції маркетингу в управлінні рекламним підприємством

Тема 6. Планування діяльності рекламного підприємства

Тема 7. Аналіз діяльності рекламного підприємства

Література

Основна

5. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент / .Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. – М.: Издательский дом „Вильяме", 2004. – 784 с. (базовий підручник).

6. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент / Л.В. Балабанова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. — 319 с.

Joe Vitale (1995). AMA Complete Guide to Small Business Advertising, NTC Business Books, 192 p.

Додаткова

- Кирилова А.А. (2013). Реклама і рекламна діяльність: проблеми правового регулювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://yport.inf.ua/spisok-literaturyi-51327.html
- Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: Навчальний посібник. / В.В. Божкова, Ю.М. Мельник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 200 с.
- Бергер Йона Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными / Перевод на русский Елена Ивченко. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 250 с.
- Brian Carter (2012). LinkedIn for Business: How Advertisers, Marketers and Salespeople Get Leads, Sales and Profits from LinkedIn (Que BizTech), Que Publishing, 272 p.

Інформаційні ресурси

1. MarketingWeek - http://www.marketingweek.co.uk/
2. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
3. Компанія - http://www.ko.ru/
5. Маркетинг та маркетингові дослідження - http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml
6. Маркетинг. Менеджмент - http://www.mgmt.ru/index.html
7. Новий маркетинг - http://marketing.web-standart.net/
8. Практический маркетинг - http://www.bci-marketing.aha.ru/
9. Интернет-издание о рекламе и маркетинге [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.marketingmix.com.ua

Політика курсу

Політика доступу до навчально-методичних матеріалів. Викладач розміщує всі необхідні навчально-методичні матеріали в Google Classroom і надає код доступу студентам. Студенти повинні зареєструватись і регулярно завантажувати з Google Classroom матеріали і завдання, що розміщує викладач, а також завантажувати в Google Classroom виконані завдання згідно з інструкціями викладача.

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів. Роботи (індивідуальні завдання), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (дивись критерії оцінювання).

Політика щодо академічної доброчесності: Текстове запозичення (плагіат, списування) при виконанні наукового дослідження у формі есе, тез на наукову конференцію, курсової роботи, практичних завдань, при складанні екзамену суворо заборонено. В разі виявлення плагіату (списування) результат анулюється, студент має виконати нову роботу (завдання) на узгоджену з викладачем тему.

Політика щодо відвідування студентів, пропусків занять. Студенти мають відвідувати

заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за отримання матеріалів лекції, практичного заняття (з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється під час заняття відволікати одногрупників та викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, за допомою електронних приладів, а також телефонні розмови в аудиторії під час заняття. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.

Критерії оцінювання

Студент отримує А, якщо:

Вчасно виконує всі отримані завдання, обговорює (презентує) їх

Бере активну участь в практичних заняттях

Дає розгорнутий виклад проблем і відповіді на питання, призводить необхідні роз'яснення;

Формує обґрунтовану точку зору на поставлену проблему і відповіді на поставлені запитання.

Відповіді відображають особисту позицію студента і пояснюють висловлені ним затвердження

Демонструє відмінне використання відповідних фактів і прикладів

Студент отримує В, якщо:

Виконує всі отримані завдання з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем, як правило не більше тижня)

Бере участь в практичних заняттях, дискусіях

Виконує всі модульні контрольні роботи

Демонструє добре знання поставленої проблеми

Призводить досить аргументовані відповіді

Демонструє використання відповідних даних, фактів і прикладів

Всі відповіді правильні, але недостатньо розгорнуті.

Студент отримує С, якщо:

Виконує не менше 70% отриманих завдань, в строк або з невеликим запізненням (за погодженням з викладачем)

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

Розкриває проблему, але призводить тільки загальні положення

Аргументи вірні, але обмежені / недостатні

Присутні незначні упущення і неточності, немає серйозних помилок.

Студент отримує D (E), якщо:

Виконує не менше 50% отриманих завдань

Виконує всі передбачені модульні / контрольні роботи

У студента відсутня достатня розуміння сутності поставлених проблем і питань

У відповідях упущена важлива інформація і включена інформація, яка не відповідає проблемі / питання

Відповіді, коментарі та рішення занадто короткі.

Студент отримує F/FX, якщо:

Виконав менше 50% отриманих завдань

У завданнях присутній плагіат Велика частина матеріалів в презентаціях і завданнях не відповідає проблемі Не в змозі продемонструвати знання і розуміння поставленої проблеми / питання Показує загальне незнання предмета

Назва дисципліни: Маркетингові комунікації ІІ. Паблік рилейшнз

Анотація

Мета курсу: забезпечення успішного засвоєння здобувачами професійних принципів PR-менеджера; надання майбутнім фахівцям комплексних знань та умінь щодо визначення і використання основних елементів PR-технологій; теоретичне обґрунтування і практична апробація основних методів і прийомів PR.

Основні компетентності, що формуються:

- здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільств, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;
- здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства та основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знать про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;
- знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- навички використання інформаційних комунікаційних технологій;
- здатність працювати в міжнародному контексті;
- здатність діяти соціально відповідально та свідомо;
- здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу;
- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу;
- здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;
- здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими;
- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу;
- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності;
- здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухвалені маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності;
- здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі;
- здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	VII	3 / вибіркова	Щолокова Г.В., к.політ.н., доц.	90 год. (14 год. лекцій,

				14 год. практичних занять, 62 год. самостійної роботи)
Результати навчання		**Методи викладання, навчання**		**Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)**
РН1.1. Демонструє знання щодо загальних характеристик основних форм прояву паблік рилейшнз (акції, кампанії тощо). РН1.2. Демонструє знання історичних витоків паблік рилейшнз, понятійно-термінологічного та методичного інструментарію, що є набутком як вітчизняних, так і зарубіжних теорії та практики паблік рилейшнз. РН3.1. Застосовує технології формування іміджу організації. РН3.2. Демонструє вміння розробляти технологію і програму проведення PR-кампаній. РН8.1. Самостійно визначає і формулює основні рекомендації для встановлення та підтримки взаємовигідних відносин із ЗМІ.		Лекція, використання мультимедійної системи, семінар, підготовка та захист доповідей, ділова гра, обговорення ситуацій, дискусія за матеріалами лекції та вивчених літературних джерел.		Тест, участь у дискусії, підготовка та захист доповідей, участь в діловій грі, участь в обговоренні ситуацій, усні відповіді на питання.

РН8.2. Зіставляє, визначає та формує перелік та зміст правил щодо співпраці з пресою. РН9.1. Впроваджує сучасне бачення значення паблік рилейшнз в кризових ситуаціях та основних етапів планування програми інформування про кризи в практичну діяльність. РН10.1. Ефективно використовує основні теоретичні навички діяльності спеціалістів по зв'язкам з громадськістю. РН15.1. Діє соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань. РН15.2. Встановлює доброзичливу атмосферу під час комунікації з опонентами. РН18.1. Дотримується соціальних норм і правил при співпраці з партнерами, поважає протилежні точки зору. РН18.2. Поважає різноманіття та міжкультурні особливості в поглядах розвитку паблік рилейшнз, що відбивають інтереси		

та цінності різних соціальних груп.		

Оцінка

Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:

24% - підсумкове письмове тестування
16% - опитування (в рамках семінарів)
32% - підготовка та захист доповідей
14% - участь у діловій грі
14% - участь в обговоренні ситуації (кейс)

Критерії підсумкової оцінки

90-100	**A**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються паблік рилейшнз, демонструє добре розуміння їх ролі, має практичні навички щодо впровадження їх елементів в професійну роботу маркетолога. Обґрунтовує свою думку.
82-89	**B**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються паблік рилейшнз, демонструє добре розуміння їх ролі, має практичні навички щодо впровадження їх елементів в професійну роботу маркетолога. Частково обґрунтовує свою думку.
75-81	**C**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються паблік рилейшнз, демонструє добре розуміння їх ролі, не має достатніх практичних навичок щодо впровадження її елементів в професійну роботу маркетолога.
67-74	**D**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються паблік рилейшнз, демонструє недостатнє розуміння їх ролі, не має достатніх практичних навичок щодо впровадження їх елементів в професійну роботу маркетолога.
60-66	**E**	Студент демонструє теоретичні знання, які стосуються паблік рилейшнз, демонструє поверхневе розуміння їх ролі, не має достатніх практичних навичок щодо впровадження їх елементів в професійну роботу маркетолога.
35-59	**FX**	Студент показує недостатнє розуміння питань, не надає необхідної інформації щодо поставленого питання і наводить під час відповіді непотрібну інформацію.
1-34	**F**	Студент не демонструє будь-які знання або розуміння поставленого питання, характеризується тотальним нерозумінням предмету.

Зміст

Тема 1. PR в системі масових комунікацій.
Тема 2. Інструментарій PR.
Тема 3. PR-технології у міжнародному маркетингу.
Тема 4. Політичний PR.
Тема 5. PR: закордонний та вітчизняний досвід.

Література

Основна

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика: Навч. посібник / Укл.: І.В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник / О.В. Курбан. – Київ:

Кондор, 2016. – 246 с.
3. Михайленко О.Г. Імідж країни – двигун економічного розвитку на глобальній арені / О.Г. Михайленко, М.В. Токарєва // Бізнес-навігатор. – 2018. – Вип. 3–1. – С. 27 – 31.
4. Ромат Є.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 284 с.
5. Фоменко О.С. Національний брендинг у контексті міжкультурної комунікації / О.С. Фоменко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. – 2018. – Вип. 33 (2). – С. 115 – 120.
6. Шевцов Є.Д. Глобальні маркетингові комунікації в міжнародних компаніях як чинник формування іміджу держави / Є.Д. Шевцов // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Вип. 6 (1). – С. 33 – 37.
7. Jackson N. Promoting and Marketing Events. Theory and Practice. – London and New York: Routledge, 2012. – 505 p.
8. Theaker A. The Public Relations Handbook. – London and New York: Routledge, 2013. – 254 p.

Допоміжна

1. Березенко В. Теорія паблік рилейшнз: особливості становлення / В. Березенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 57. – С. 216 – 220.
2. Костинець В.В. Альтернативні стратегії SWOT як інструмент маркетингу територій / В.В. Костинець, Ю.В. Костинець // Актуальні проблеми економіки. –2016. – № 12. – С. 199 – 205.
3. Пирч М.І. Позиціонування як елемент стратегії бренду міста: досвід Польщі / М.І. Пирч // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2015. – Вип. 4. – С. 102 – 106.
4. Полторак В.А. Компетентність громадської думки: органічна і неорганічна / В.А. Полторак // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2018. – Вип. 79. – С. 163 – 170.
5. Freitag A.R., Stokes A.Q. Global Public Relations. Spanning Borders, Spanning Cultures – London and New York: Routledge, 2009. – 310 p.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. https://uapr.com.ua/
2. https://sostav.ua/
3. https://mr.com.ua/
4. https://aboutmarketing.info/
5.https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2870643-tendencii-i-prognozi2020-na-ukrainskomu-rinku-pr.html

Політика курсу

Політика оцінювання у разі порушення дедлайнів, пропусків занять. Роботи (письмові доповіді), які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-3 бали).

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час тестування заборонено (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Плагіат є забороненим.

Політика щодо відвідування студентів. Студенти мають відвідувати заняття регулярно. У випадку, коли студент пропускає заняття, він несе особисту відповідальність за копіювання матеріалів лекції, практичного заняття (у одногрупників чи з сервісу Google Classroom). Пропущені заняття студент має відпрацювати, надавши викладачеві виконані завдання, які на

даних заняттях надавав викладач.

Поведінка в аудиторії. Студент повинен заходити в аудиторію вчасно, мати з собою матеріали, необхідні для виконання завдань: конспект, навчальні матеріали, письмові приладдя. Забороняється відволікати одногрупників та викладача, вмикати чи вимикати електронне обладнання без дозволу викладача. Забороняється прослуховування та перегляд аудіо- та відеоконтенту, не пов'язаного з темою заняття, а також телефонні розмови. У разі порушення дисципліни викладач має право зобов'язати студента написати пояснювальну записку на ім'я завідувача кафедри та/або запропонувати залишити аудиторію.