

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

Кафедра міжнародного маркетингу

КАТАЛОГ ДЛЯ МАГІСТРІВ

2020-2021 навчальний рік

Дніпро 2020

ЗМІСТ

Назва дисципліни	Сторінки
Стратегічний маркетинг	3
Рекламний менеджмент і управління брендом	8
Фінансовий менеджмент	12
Товарна інноваційна політика	22
Логістичний менеджмент	27
Методологія наукових досліджень в маркетингу	31
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	34
Маркетинговий менеджмент	40
Рекламний менеджмент і управління брендом II	46
Інтегрований маркетинг (Маркетинг відносин)	48
Міжнародний менеджмент	50

Назва дисципліни: Стратегічний маркетинг**Анотація**

Мета курсу: оволодіння теоретичними засадами та методами розробки ефективних маркетингових стратегій для створення довгострокової конкурентної переваги на ринку в умовах нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища

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.	I	5 / обов'язкова 1 кредит курсова робота	Тараненко І.В. д.е.н., проф.	150 год. (28 год. лекцій, 28 год. практичних занять, 94 год. самостійної роботи) 30 год. курсова робота
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 1.1. Демонструє знання теорії, методів і практичних прийомів стратегічного маркетингу.		Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота		Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 1.2. Володіє методами маркетингового середовища, конкурентного і портфельного аналізу.		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Виконання практичних завдань та участь в обговоренні

РН 1.3. Усвідомлює зміст основних маркетингових стратегій, алгоритм їх розробки та реалізації РН 2.1. Демонструє розуміння наукової і практичної літератури та нових досягнень в теорії та практиці стратегічного маркетингу. РН 2.2. На основі вивчення джерел інформації формує власну точку зору на основні проблеми стратегічного маркетингу. РН 7.1. Застосовує сучасні методи та інструменти для розробки та реалізації маркетингових стратегій, в т.ч. в міжнародному середовищі. РН 7.2. Використовує сучасні інструменти стратегічного маркетингу в діяльності підприємства. РН 10.1. Використовує методи стратегічного аналізу маркетингового середовища, конкурентного аналізу, портфельного аналізу. РН 10.2. Інтерпретує результати стратегічного аналізу для вибору та розробки маркетингової стратегії підприємства РН 1.1, 1.2, 1.3, РН 2.1, 2.2, РН 7.1, РН 10.1, 10.2 РН 1.1, 1.2, 1.3, РН 2.1, 2.2, РН 7.1, 7.2, РН 10.1, 10.2	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань 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, дослідження за темою курсової роботи Виконання практичних завдань, дослідження за темою курсової роботи Написання курсової роботи, кейс стаді, самостійна робота під керівництвом викладача	Оцінка практичних навичок Оцінка результатів дослідження та практичних навичок Оцінка кейс стаді, есе Презентація кейсу в малій групі, індивідуальна презентація Оцінювання розв'язання кейсу в малій групі, курсова робота Оцінювання практичних завдань, курсова робота Курсова робота, оцінка результатів дослідження і виконання кейс стаді
--	---	--

		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. Сутність і сфера стратегічного маркетингу Тема 2. Аналіз маркетингового середовища Тема 3. Конкурентний аналіз та визначення конкурентних переваг підприємства Тема 4. Маркетингові стратегії сегментації. Формування і вибір цільових сегментів підприємства Тема 5. Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесу підприємства Тема 6. Маркетингові стратегії зростання Тема 7. Маркетингові стратегії диверсифікації Тема 8. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування Тема 9. Маркетингові конкурентні стратегії Тема 10. Маркетингові стратегії підприємства за складовими комплексу маркетингу (функціональні маркетингові стратегії)		
Література		
Основна		
1. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Є.В. Крикавський, Л.І. Третьякова, Н.С. Косар. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2013. – 256 с. <i>(базовий підручник)</i> 2. Тараненко І.В. Стратегічний маркетинг: практикум / І.В. Тараненко. – Дніпро: Вид-во Університету імені Альфреда Нобеля, 2018. – 96 с. 3. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг./Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2005. – 152 с. 4. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: Підручник / Л.В. Балабанова та ін. – К., Центр навчальної літератури, 2018. – 612 с.		
Додаткова		
1. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический маркетинг. –		

СПб.: Питер, 2008. – 800с.

2. Marketing Strategy and Competitive Positioning. 3rd ed. Graham J. Hooley, John A. Saunders, Nigel F. Piersy. Prentice Hall, 2004.
3. Хулей Грем Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Г. Хулей, Д. Сондерс, Н. Пирси. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 678с.
4. Уолкер – младший, О. Маркетинговая стратегия / О. Уолкер – мл. Х. Бойд, Ж. – К. Ларше, Дж. Маллинз. – М.: Вершина, 2006. – 496с.
5. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг/ Д.В. Кревенс. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2008. – 512 с.
6. Kotler, Ph., Keller, K.L. (2012) Marketing Management. 14 ed. Pearson, 812 p.
7. [Torsten Tomczak](#), [Sven Reinecke](#), [Alfred Kuss](#) (2018). Strategic Marketing: Market-Oriented Corporate and Business Unit Planning, Springer, 261 p.
8. Dibb S., Simkin L., Pride W.M., Ferrel O.C. Marketing. Concepts and Strategies. (5th European Edition). Houghton Mifflin Company. Boston-New York-Abingdon.
9. [Kingsnorth](#) S. (2016). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online. Marketing Kogan Page, 339 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/>

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 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: Рекламний менеджмент та управління брендом II				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються):				
Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	2	5 / обов'язкова	Мішустіна Т.С. к.е.н., доц.	150 год. (22 год. лекцій, 22 год. практичних занять, 106 год. самостійної роботи)
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
1) розробити стратегію бренду компанії та знайти успішні шляхи їх реалізації;		Лекція, підручники, практикум, робота під керівництвом над проектом		Участь в дискусії, дослідницькому проєкті
2) виявити цінності бренду;		Практичні заняття, дискусія, кейс		Презентація, тематичне дослідження
3) дослідити фактори впливу торгової марки на різні цільові аудиторії;		Підручники, самонавчальна робота, контрольована робота над проєктами		Нарис, дослідницький проєкт
4) визначити ідеї, концепції та переваги кожного бренду;		Лекції, практичні заняття, контрольована проєктна робота		Дослідницький проєкт
5) провести дослідження ринку з метою створення цінностей бренду;		Лекції, навчальні посібники, пошук в Інтернеті, самостійні заняття, робота над проєктами		Презентація, участь в дискусії, дослідницькому проєкті
6) мати можливість позиціонувати бренд;		Тематичне дослідження в малих групах		Презентація однорангової групи, дослідницький проєкт
7) визначити показники для вимірювання ефективності торгової марки;		Проблемна лекція, практичні заняття, вирішення проблем		
8) сформувати імідж бренду в		Лекції, навчальні посібники, проєктна робота		

короткостроковий та довгостроковий перспективі. Результати навчання 1-4 Результати навчання 4-8		Есе, презентація Дослідницький проект (CAS) Середньостроковий контроль (CAS) Підсумковий контроль (залік)
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: Приклад: 10 % участь у дискусії 10% Есе 20% Презентації 30% індивідуальне завдання 30% Проміжний контроль (кейс, тестування)		
Зміст		
Модуль 1. Створення бренду 1. Сутність бренду та бренд менеджменту 2. Активи бренду 3. Дослідження ринку в галузі управління брендами 4. Моделювання бренду Модуль 2. Управління брендом 5. Бренд-стратегія підприємства 6. Позиціонування бренду та управління його активами 7. Відстежувати ефективність бренду та управління брендом		
Література		
Основна 1. Домнин В. Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 411 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). (базовий підручник) 2. Аакер Д. Создание сильных брендов: пер. с англ., 2-е издание./ Д. Аакер - М.: Издательский Дом Гребенникова, 2012. 3. Джозеф Ле Пла Ф. Интегрированный брендинг. / Ф. Джозеф Ле Пла, Линн М. Паркер. — М.: Изд. Дом «Олма-пресс», 2009. — 318 с. 4. Дуглас В. П. Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии. – М.: Азбука, 2019. – 320 с. Темпорал Пол. Эффективный бренд-менеджмент. / Пол Темпорал. — СПб.: Изд. Дом «Нева», 2012. — 319 с 5. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 236 с. 6. Чернатони де Л. От видения бренда к оценке бренда. Стратегический процесс роста и усиления брендов / Чернатони де Л.; [перевод с англ. – агентство переводов «Сван»]. – М.: ООО «Группа ИДТ», 2007.		
Додаткова		
1. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп./ А. М. Годин. - М.: "Дашков и К", 2006.		

2. Головлева Е.Л. Информационно-аналитическое обеспечение массовых коммуникаций: монография / Е.Л. Головлева, Л.В. Мрочко. – М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, 2019. – 212 с.
3. Д’Алессандро Девид. Войны брендов. / Девид Д’Алессандро — СПб.: Питер, 2009. — 221с.
4. Капферер Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер; пер. с англ. Е.В. Виноградовой/под общ.ред. В.Н. Домнина. – М.: Вершина, 2007.
5. Пашутин С.Б. Как создать национальный бренд: практическое пособие/ С. Б. Пашутин. - М: КноРус, 2007.
6. Рэнделл Дж. Брендинг: Краткий курс. / Дж. Рэнделл— М.: Фин-Пресс, 2013.
7. Тамберг В.В. Брендинг в розничной торговле. Алгоритм построения «с нуля» / В. В. Тамберг, А. В. Бадьин. – М. : Эксмо, 2008 – 224 с.
8. Торстен Нильсон. Конкурентный брендинг. / Нельсон Торстен — СПб.: Питер, 2008. — 207 с.
9. Траут Джек. Большие бренды — большие проблемы. Учитесь на чужих ошибках./ Джек Траут — СПб.: Питер, 2006. — 240 с.
10. Хейг М. Крупнейшие ошибки брендинга / М. Хейг Пер. с англ. — СПб.: Нева, 2003. — 191 с.
11. Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллион. / Г. Чармэссон — СПб.: Питер, 2007. — 224 с.
12. Шарков Ф. И. Брендинг и культура организации (управление брендом как элементом культуры организации)/ Ф. И. Шарков— М.: Соц. Отнош.: Перспект., 2008. — 266 с.
13. Элвуд Айен. Основы брендинга. / Айен Элвуд — М.: Изд.-торг. Дом «Гранд», 2006. — 336 с.
14. Burmann, C Identity-Based Brand Management / Burmann, C., Riley, N.-M., Halaszovich, T., Schade, M. Switzerland: Springer Nature, 2017
4. Advertising and Integrated Brand Promotion, 8th Edition by O'Guinn Allen Close Scheinbaum Semenik, 2019

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 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: Фінансовий менеджмент				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): Метою курсу є формування у здобувачів навичок управління фінансами організації та керівництва фінансовими службами та підрозділами на підприємствах різноманітних форм власності. Зміст компетентностей: – здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; – здатність спілкуватися іноземною мовою; – здатність проведення досліджень на відповідному рівні; – вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми; – здатність приймати обґрунтовані рішення; – навички міжособистісної взаємодії; – здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети; – здатність працювати в міжнародному контексті; – здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).				
Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	1	6 / обов'язкова	Болгар Т. М., д.е.н., професор	180 год. (28 год. лекцій, 28 год. практичних занять, 100 год. самостійної роботи)
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
Знати на рівні новітніх досягнень основні концепції і методології наукового пізнання у сфері фінансів, банківської справи та страхування.		Лекція Дискусія Аналіз конкретних ситуацій		Участь у дискусії. Презентація в малих групах
Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності.		Лекція Практичне завдання		Пояснення зв'язків, залежностей, вирішення проблемних та ситуаційних завдань
Знаходити, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію,		Проблемна лекція Вирішення задач Виконання вправ		Тести, дискусія, розв'язання розрахунково-аналітичних задач,

необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері фінансів, банківської справи та страхування.		вирішення проблемних та ситуаційних завдань
Вільно спілкуватися іноземною мовою усно і письмово з професійних та наукових питань, презентувати й обговорювати результати досліджень.	Лекція, дискусія за матеріалами лекції, аналіз конкретних ситуацій (case-study)	Презентація кейс стаді. Вирішення проблемних ситуацій.
Доступно і аргументовано представляти результати досліджень усно і письмово, брати участь у фахових дискусіях.	Лекція Робота в малих групах Ділова гра	Дискусія, презентація в малих групах. Участь у діловій грі.
Вміти застосовувати інноваційні підходи у сфері фінансів, банківської справи та страхування й управляти ними.	Лекція Вирішення задач Виконання вправ	Дискусія, тести, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, вирішення проблемних та ситуаційних завдань
Застосовувати управлінські навички у сфері фінансів, банківської справи та страхування.	Лекція Практичне завдання	Обговорення матеріалів лекційних занять, виконання навчальних завдань, тестування, вирішення розрахунково-аналітичних, проблемних та ситуаційних завдань
Здійснювати діагностику і моделювання фінансової діяльності суб'єктів господарювання.	Проблемна лекція, дискусія за матеріалами лекції, аналіз конкретних ситуацій (case-study)	Дискусія, презентація кейс стаді, вирішення проблемних ситуацій
Застосовувати	Лекція	Дискусія,

поглиблені знання в сфері фінансового, банківського та страхового менеджменту для прийняття рішень.	Практичне завдання Ділова гра	розв’язання розрахунково-аналітичних задач. Презентація в малих групах. Участь у діловій грі
Оцінка		
Підсумкова оцінка за дисципліною виставляється за 100-бальною шкалою. 100 балів – за змістовими модулями та формами діагностики: Результати заліку оцінюються в діапазоні від 0 до 100 балів (включно).		
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 практичне завдання	6	
Підсумкова модульна робота	10	
Змістовий модуль 2		
Тема 8,9 практичне завдання	6	
Тема 10,11 практичні завдання	6	
Тема 12,13 практичне завдання	6	
Тема 14 практичне завдання	6	
Підсумкова модульна робота	12	
Індивідуальне завдання 1/2	15/15	
Усього за роботу на практичних заняттях	100	
Зміст		
Тема 1. Теоретичні та організаційні основи фінансового менеджменту Тема 2. Система забезпечення фінансового менеджменту Тема 3. Управління грошовими потоками на підприємстві та визначення вартості грошей у часі та її використання у фінансових розрахунках Тема 4. Управління прибутком Тема 5. Управління активами Тема 6. Вартість і оптимізація структури капіталу Тема 7. Управління інвестиціями та фінансовими ризиками Тема 8. Аналіз фінансових звітів Тема 9. Внутрішньофірмове фінансове прогнозування та планування Тема 10. Антикризове фінансове управління на підприємстві Тема 11. Сутність управління фінансовою санацією підприємства Тема 12. Складання та погодження плану фінансової санації підприємства Тема 13. Санація балансу Тема 14. Економіко-правові аспекти банкрутства та ліквідації підприємств		
Література		
Основна		
1. Крамаренко Г.О., Чорна О.Є. Фінансовий менеджмент. 2-ге вид.: Підручник. – Київ: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с. (базовий підручник) 2. Фінансовий менеджмент : підручник / А. М. Поддєрьогін, Н. Д. Бабяк, М. Д.		

Білик та ін. ; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. Київ : КНЕУ, 2017. 534 с.

3. Бланк І. О., Ситник Г. В., Андрієць В. С. Управління фінансами підприємств : підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 791 с.

4. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент : навч. посібник для студ. вузів. Київ : Ельга, 2008. 724 с.

5. Дема Д. І., Дорохова Л. М., Віленчук О. М. Фінансовий менеджмент : підручник. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 320 с.

Додаткова

1. Лугівська О. П., Власенко В. А. Фінансовий менеджмент : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Полтава : ПУЕТ, 2012. 303 с.

2. Нестерова С. В. Фінансовий менеджмент: практикум : навч. посібник. Київ : Кондор, 2019. 280 с.

3. Омельченко Л. С. Фінансовий менеджмент : навч. посібник. Маріуполь : ПДТУ, 2016. 235 с.

4. Пазинич В. І., Шулешко А. В. Фінансовий менеджмент : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 408 с.

5. Синчак В. П., Крушинська А. В. Фінансовий менеджмент : навч. посібник. Хмельницький : Хмельниц. ун-т упр. та права, 2013. 503 с.

6. Скоропад І. С. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посібник / І. С. Скоропад, О. Б. Курило, О. М. Чубка, О. В. Дідух, І. О. Кривецький. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 344 с.

7. Фінансовий менеджмент: навч. посібник / І. А. Бігдан, Л. І. Лачкова, В. М. Лачкова, О. В. Жилякова. Харків : ХДУХТ, 2017. 197 с.

8. Фінансовий менеджмент : навч. посібник / К. В. Васківська, О. А. Сич. Львів : «ГАЛИЧ-ПРЕС», 2017. 236 с.

9. Фінансовий менеджмент : навч. посібник / І. С. Лапіна, О. М. Гончаренко, Г. О. Величко та ін. ; за ред. І. С. Лапіної. Одеса : Атлант, 2016. 313 с.

10. Фінансовий менеджмент : навч. посібник / за ред. І. О. Школьник, В. М. Кремень. Київ : Центр учб. л-ри, 2015. 488 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Господарський кодекс України : Офіційний текст від 16.01.2003 р. № 436-IV (Редакція станом на 02.04.2020 р.) / Верховна Рада України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>. (дата звернення: 28.04.2020 р.).

2. Податковий кодекс України : Офіційний текст від 02.12.2010 р. № 2755-VI (Редакція станом на 02.04.2020 р.) / Верховна Рада України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>. (дата звернення: 28.04.2020 р.).

3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» : Офіційний текст від 16.07.1999 р. № 996-XIV (Редакція станом на 02.04.2020 р.) / Верховна Рада України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>. (дата звернення: 28.04.2020 р.).

4. Офіційний сайт Всесвітнього банку: – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України фонду – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.imf.org>

7. 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 здобивачами з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку; перескладання модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний, мобільність і т.ін.).

Система підсумкового оцінювання будується на умовах академічної доброчесності та прозорості, здійснюється за кількістю набраних балів при освоєнні та вивченні матеріалів дисципліни, що передбачено навчальним навантаженням.

Причиною недопущення здобувача до заліку може бути 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;
- 1 дотримання порядку в аудиторії, поведіння під час занять з повагою до інших присутніх;
- 1 відсутність запізнень на заняття.

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 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 поверхнєве 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.	
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 здобувача, 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, здобувач 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	В	- 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	C	- 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)	67-74	D	- Відповідь має недостатню аргументацію і докази. - Відповідь неповна. - Є деякі помилки у відповіді. - Частина питання залишаються без відповіді. - Відповіді можуть бути надмірно короткими і, можливо, у вигляді приміток. - Може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може
3 (достатньо)	60-66	E	

			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: Товарна інноваційна політика**Анотація**

Мета курсу: оволодіння знаннями та навичками формування товарної інноваційної політики сучасних підприємств, а також використання ними інноваційних методів пошуку та реалізації ідей нових товарів на сучасному ринку.

Основні компетентності, що формуються:

- здатність планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- здатність використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- здатність керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- здатність розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	1	б/обов'язкова	Яременко С.С., к.е.н., доц.	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 3.1. Розуміти практичні аспекти підвищення ефективності маркетингової діяльності.		Лекція, семінар, дискусія за матеріалами вивчених літературних джерел		Участь у семінарі, вирішення проблемних ситуацій
РН 3.2. Знати характеристики основних типів інновацій. і форми інновацій.		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань
РН 3.3. Знати організаційні форми інноваційної діяльності та їх особливості та розуміти принципи управління інноваційними процесами.		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Виконання практичних завдань та участь в обговоренні
РН 8.1. Оцінювати комерційні перспективи інноваційного продукту.		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота		Оцінка практичних навичок
РН 8.2. Розроблювати концепції нового товару. Генерувати ідеї нових товарів і виконувати попередній аналіз		Вирішення практичних розрахунково-аналітичних завдань, аналіз ситуацій (case-study)		Участь у семінарі,

можливостей виробництва і збуту. РН 8.3. Виконувати дослідження ринку щодо перспектив нового товару. За допомогою маркетингового аналізу здійснювати пошук, оцінку і реалізацію ідей щодо оновлення асортименту випускаємої продукції; РН 8.4. Оцінювати економічну ефективність інновацій. РН 13.1. Може активно працювати у команді над створенням нових товарів, розробкою концепцій нових товарів та рекламних ідей чи програм просування. РН 13.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, мотивувати людей приймати нестандартні маркетингові рішення РН 17.1. Вміти керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж. РН 17.2. Визначати критерії та показники оцінювання маркетингової діяльності підприємства.. РН 3.1-3.4, РН 8.1-8.4, РН 13.1-13.2, РН 17.1-17.2	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, Самостійна робота	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 20 тестів, 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. Інновації як об'єкт товарної інноваційної політики
Тема 2. Процесний підхід в управлінні інноваціями на підприємстві
Тема 3. Новий товар в концепції маркетингу
Тема 4. Комплексне забезпечення товарної інноваційної політики
Тема 5. Маркетингові інноваційні стратегії і моделі їх вибору, типи інвестиційних стратегій розвитку підприємств
Тема 6. Товарна політика і управління асортиментом
Тема 7. Організація і планування створення нового товару
Тема 8. Управління технологічним розвитком підприємства
Тема 9. Системне управління якістю товару

Література

Основна

1. Гриньов В.Ф. Товарно-инновационная политика предприятия: Учебное пособие / В.Ф. Гриньов. – К.: МАУП, 2014. – 160 с.
2. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник / В.О. Василенко, В.Г. Шматько. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 385 с.
3. Денисенко М.П. Провайдинг інновацій: Навчальний посібник / М.П. Денисенко. - К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 304 с.
4. Жаворонкова Г.В. Управління інвестиціями та інноваціями / Г.В. Жаворонкова. - К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 257 с.
5. Каракай Ю.В. Маркетинг інноваційних товарів: Монографія / Ю.В. Каракай. – К.: КНЕУ, 2005. - 226с.
6. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: Підручник / В.Я. Кардаш, І.А. Павленко, О.К. Шафалюк. – К.: Видавництво КНЕУ, 2002. – 266 с.
7. Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія // За заг. ред. С. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
8. Ткаченко Л.В. Збірник завдань для проведення практичних занять та самостійної роботи студентів з дисципліни “Товарна інноваційна політика” /Л.В.Ткаченко. – Дніпропетровськ: ДУЕП, 2013. –90 с
9. Чухрай Н. І. Маркетинг інновацій: підручник / Н.І. Чухрай. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 256 с.
10. Щербань В.М. Створення товару: маркетингове, конструкторське та технологічне забезпечення / В.М.Щербань. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 283 с.
11. Фурсова С.Т. Маркетинг нововведень: Навчальний посібник / С.Т. Фурсова. - К.: Центр навчальної літератури, 2010. - 365 с.

Додаткова

1. Тараненко І.В. Стратегічні інструменти забезпечення інноваційної конкурентоспроможності підприємства в глобальному середовищі // І.В. Тараненко // Європейський вектор економічного розвитку: збірник наукових праць. – Вип. 2 (25) 2018. – Д.: Вид-во: ДУАН. - С.110-122.
2. Буднікевич І.М. Становлення регіонального ринку інновацій в Україні: Монографія / І.М. Буднікевич, І.М. Школа. – Чернівці: Зелена Буковина, 2002. – 200 с.
3. Кузнєцов Ю.М. Патентознавство та авторське право: Навчальний посібник / Ю.М.Кузнєцов. - К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 197 с.
4. Новицький В.Є. Інституційні основи інноваційного розвитку економіки: Навчальний посібник / В.Є. Новицький. - К.: Центр навчальної літератури, 2008.- 375 с.
5. Ілляшенко С.М. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: Монографія / С.М.Ілляшенко. - Суми: Університетська книга, 2006. 727 с.
6. Майкл Л. Стремительные инновации / Л.Майкл, Дж. Ворс, В.-Х. Кимберли: Пер. с англ. – К. – Companion Group, 2006. – 350 с.
7. Трикін В.М. Методи розрахунку економічної ефективності інвестицій: Навчально-методичний посібник / В.М. Трикін.– К.: Центр навчальної літератури, 2009. - 348 с.

8. Щербань В.М. Товарна інноваційна політика : Навчальний посібник / В.М.Щербань. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 347 с.

Інформаційні ресурси

Періодичні видання (журнали)

1. Журнал «Маркетинг и реклама».
2. Журнал «Маркетинг в Україні».
3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».
4. Журнал «Новый маркетинг».

Інтернет-ресурси:

5. Маркетинг. Менеджмент - <http://www.mgmt.ru/index.html>
6. Маркетолог - <http://www.marketolog.ru/>
7. Новий маркетинг - <http://marketing.web-standart.net/>
8. Інтернет-маркетинг - http://www.grebennikov.ru/in_mark.phtml
9. 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

Приводить 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 приводить 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: Логістичний менеджмент**Анотація**

Мета курсу: ознайомити здобувачів з теоретичними знаннями з питань логістичного менеджменту, набути практичних вмінь і навичок щодо використання принципів і методів логістичного менеджменту в процесі управління підприємством для підвищення його стійкості, координації дій та вирішення конфліктних ситуацій.

Основні компетентності, що формуються:

- здатність визначати основні положення теорії логістичної організації та принципи формування організаційної структури логістики підприємства;
- здатність ідентифікувати логістичні стратегії в системі планування підприємства та основні варіанти й напрямки логістичних стратегій;
- здатність формулювати сутність адміністрування як концепції системного управління логістикою організації, а також напрямів адміністрування: стратегічного і оперативного управління логістикою підприємства;
- здатність застосовувати основні методи оцінки ефективності діяльності служб логістики підприємств;
- здатність здійснювати координацію логістичних функцій на всіх рівнях управління логістичної служби.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	III	3 / вибіркова	Шевченко В.М., к.держ.упр., 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)
Після закінчення курсу здобувачі зможуть:				
1) опанувати сучасні теорії та концепції логістики, засвоїти основні принципи та методи теорії логістики;		Інтерактивна лекція, навчальні посібники, дискусія		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; тести (Поточний контроль)
2) аналізувати показники стану запасу, дослідити зв'язок динаміки його поповнення та відвантажень;		Проблемна лекція, тематичне дослідження в малих групах		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; презентація для малих груп (Поточний контроль)
3) оцінювати логістичні витрати,				

пов'язані із запасом, та вплив розміру замовлення на стан запасу	Інтерактивна лекція, панельне обговорення	Участь у розв'язанні кейсу; розв'язання задач (Підсумковий контроль)
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання:		
30% участь у дискусії 20% тест (вибір декількох) 50% розв'язування кейсів (усна, письмова)		
Зміст		
Тема 1. Методологічні основи логістичного менеджменту та його функції Тема 2. Організаційна структура логістичного менеджменту організації Тема 3. Управління функціональною логістикою Тема 4. Логістичні основи організації роботи складу Тема 5. Логістична стратегія, планування і місія Тема 6. Логістичний аналіз, контроль і аудит Тема 7. Ефективність діяльності служби логістики підприємств		
Література		
Основна		
1. Гаджинський А.М. Логистика: Учебник / Гаджинський А.М. – М.: ИТК «Дашков и К», 2012. – 412 с. (базовий підручник) 2. Банько В.Г. Логистика. Навчальний посібник / Банько В.Г. – К.: КНТ, 2007. – 332 с.		
Додаткова		
3. Кальченко А.Г. Логистика / Кальченко А.Г. – К.: КНЕУ, 2006. – 284 с. 4. Крикавський Є.В. Логистика: компедіум і практикум / Крикавський Є.В., Чухрай Н. І., Чернописька Н.В. – К.: Кондор, 2006 р. – 340 с. 5. Курганов В.М. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок товаров / Курганов В.М. – М.: Книжный мир. 2006. – 432с. 6. Миротин Л.Б. Эффективная логистика. / Миротин Л.Б., Ташбаев Ы. Э., 7. Порошина О.Г. – М.: Издательство „Экзамен”, 2003. – 160 с. 8. Неруш Ю.М. Логистика / Неруш Ю.М. – М.: „Юнити – Дана”, 2004. – 495 с. (Учебник для вузов) 9. Окландер М.А. Промислова логістика / Окландер М.А., Хромов О.П. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 222с. 10. Курганов В.М. Логистические транспортные потоки / Курганов В.М. – М.: Дашков и К. - 2003. - 252 с.		
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 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: Методологія наукових досліджень в маркетингу				
Анотація (мета курсу; основні компетентності, що формуються): Мета курсу: ознайомити здобувачів із світовими та вітчизняними теоретичними і практичними знаннями в маркетингу, проведенням і методологією наукових досліджень, філософських і організаційних засад наукової діяльності; дати базові знання про сучасні методи наукових досліджень, організацію праці дослідника, етики і моралі науки. Основні компетентності, що формуються: - здатність застосовувати на практиці пізнавальні прийоми та форми наукових досліджень; - здатність демонструвати розуміння наукової літератури та нових досягнень в теорії та практиці маркетингу; - здатність формувати власну точку зору на основні наукові проблеми маркетингу; - здатність визначати науково-дослідні задачі, вміє ставити цілі дослідження; - здатність інтерпретувати результати наукових досліджень для практичного застосування в сфері маркетингу.				
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, 62 год. самостійної роботи)
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
Після закінчення курсу здобувачі зможуть:				
1) розуміти основи науково-дослідницької методології;		Інтерактивна лекція, навчальні посібники, дискусія		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; тести (Поточний контроль)
2) застосовувати нові інформаційні технології, використовувати комп'ютерні системи і бази даних в дослідницькому процесі;		Проблемна лекція, тематичне дослідження в малих групах		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; презентація для малих груп (Поточний контроль)
3) виконувати вимоги до оформлення статті, дослідницького проекту, дисертації;		Панельне обговорення, есе		Участь у розв'язанні кейсу; (Поточний контроль)
4) проводити пошук літератури по темі, в тому числі з використанням		Лекція, самостійне навчання, семінар		Участь у розв'язанні кейсу; участь у дискусії, (Поточний

сучасних комп'ютерних баз даних; 5) розуміти неприпустимість плагіату в дослідженнях	Практичні заняття, аналіз даних, презентація в малій групі	контроль) Участь у розв'язанні кейсу; участь у дискусії, (Поточний контроль)
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: 20% участь у дискусії 20% тест (вибір декількох) 30% есе (написаний) 30% розв'язування кейсів (усна,)		
Зміст		
Тема 1. Основи методології і методики науково -дослідної діяльності Тема 2. Основні методи наукових досліджень та їх характеристика Тема 3. Споживачі ресурсів і суспільних благ території. Сегментація ринку в територіальному маркетингу Тема 4. Структура та зміст наукової роботи. Написання і публікація тез доповіді, наукової статті Тема 5. Методика підготовки та оформлення наукових робіт студентів Тема 6. Теорія і практика конкретних соціально-економічних досліджень Тема 7. Інформаційне забезпечення наукової роботи. Уникнення плагіатаризму		
Література		
Основна 1. Чмиленко, Ф.О. Посібник до вивчення дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень» / Ф.О. Чмиленко, Л.П. Жук. – Д.: РВВДНУ, 2014. – 48 с.		
Додаткова 2. Бирта, Г. Методологія і організація наукових досліджень / Г. Бирта, Ю. Бургу. – К.: ЦУЛ, 2014. – 142 с. 3. Євтушенко, М.Ю. Методологія та організація наукових досліджень: навч. пос. / М.Ю. Євтушенко, М.І. Хижняк. – К.: ЦУЛ, 2019. – 350 с.		
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 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: Іноземна мова професійного спрямування				
Анотація: Основна мета навчання іноземної мови професійного спрямування полягає у <i>практичному</i> оволодінні діловою іноземною мовою та формуванні необхідної комунікативної компетенції у сферах професійного спілкування в усній і письмовій формах. Основна мета навчання іноземної мови професійного спрямування реалізується через більш конкретні компетенції : набуття навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами (B2+/C1); 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	3 / вибіркова	Викладач Жижина А.Р.	90 год. (30 год. практичних занять, 45 год. самостійної роботи, 9 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 та аналіз статистичних даних Презентації (індивідуальні та групові) Виконання завдань для самостійної роботи Метод занурення Робота в парах та мікрогрупах Читання текстів Написання письмових робіт Аудіювання різних видів аудіо- та відеоматеріалів		Участь в дискусії (диспуті, мозковому штурмі тощо) Участь у рольовій грі (діловій грі) Оцінювання практичних навичок Презентація в малих групах Кейс-стаді Есе Ділова документація Індивідуальна презентація Усні відповіді на запитання (проблемну
Виконує елементи письмового перекладу інформації іноземною мовою на основі базових перекладацьких трансформацій.				
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.		ситуацію) Письмові відповіді на запитання Модульна контрольна робота
Бере участь у розгорнутих бесідах та дискусіях щодо інтерпретації економічних явищ та проблем сучасної глобальної економіки, аналізуючи причини й економічні процеси, представляючи та обґрунтовуючи свої погляди з використанням стандартних економічних наукових інструментів та широкого діапазону мовленнєвих засобів англійської мови.		
Робить чіткі, детальні описи та презентації з широкого колу навчальних і професійних тем, розгортаючи та підтримуючи ідеї відповідними прикладами й використовуючи відповідну термінологію англійською мовою.		
Знає структуру написання контракту, прес-релізу, звіту, пропозиції та відповідні мовні засоби для укладання договору англійською мовою.		
Знає про важливість відповідної поведінки		

в полікультурному середовищі, враховуючи національні особливості представників різних культур		
Оцінка		
Підсумкова оцінка 100% поточного оцінювання:		
20% участь у дискусії/ проблемній ситуації (5%*4)		
Учас ть у диск усії	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)		
Учас ть у ділові й 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.	

	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.

20% ділові листи/ звіти/ контракти (5%*4)

Діловий лист/есе	Критерії оцінки
5	Лист 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 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 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. 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	Продemonстровано 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	Продemonстровано 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	Продemonстровано 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. Продemonстровано 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. Основи іншомовного професійного спілкування. Види спілкування за фахом	
Тема 2. Переклад та реферування у професійній сфері	
Тема 3. Робота з джерелами професійної інформації	
Література	
Основна	
1. Guy Brook-Hart. Business Benchmark. Advanced. Student's Book. Cambridge University Press, 2007. – 186 p.	
2. Guy Brook-Hart. Business Benchmark. Advanced. Workbook. Cambridge University Press, 2007.	
3. Trappe T., Tullis G. (2013) Intelligent Business. Advanced. Coursebook, Pearson, 178 p.	
4. Present your diploma project in English. / Укладачі: Т.В. Стародубцева, Г.І. М'ясоїд. – Д.: ДУЕП, 2009. – 53 с. (матеріали для самостійної роботи студентів)	
5. Wallwork, A. (2011). English for Writing Research Papers. Springer, 349 p.	
Додаткова	
1. Emmerson P. Business Grammar Builder. – Macmillan, 2009	
2. Harvard Business Review, 2020.	
3. Evans V. Successful Writing. – Express Publishing, 2000.	
4. MacKenzie I. English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics students. Third Edition. – Cambridge University Press, 2010.	
5. Bailey, S. (2015). Academic Writing. A Handbook for International Students. Fourth edition. Routledge, 284 p.	
6. Mascull, B. (2018) Business Vocabulary in Use: Advanced. Third edition. Cambridge University Press.	

7. McCarthy, M., O'Dell, F. (2008). Academic Vocabulary in Use. Cambridge University Press, 178 p.

Політика курсу

11. 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.

12. 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).

13. При пропуску занять з поважної причини (лікарняний, студентська мобільність тощо при наявності документа-підтвердження) дедлайн для виконання завдання продовжується на 1-2 тижні після повернення на заняття в залежності від причини відсутності та обсягу завдань.

14. 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.

15. 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 продовженим до 10 робочих днів.

16. 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.

17. 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: Маркетинговий менеджмент**Анотація**

Метою дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є формування системи знань з теорії та практики організації маркетингового менеджменту на підприємствах.

Завдання дисципліни полягає в вивченні засад маркетингового менеджменту, методів ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних маркетингових структур; набуття навичок використання сучасних методів і прийомів генерування ідей, функціонально-економічного обґрунтування відповідності нових методів маркетингового управління ринковим вимогам.

Основні компетентності, що формуються:

Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Здатність розробляти проекти та управляти ними.

Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

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

Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	8	5 / обов'язкова	Тараненко І.В. д.е.н., проф.	150 год. (22 год. лекцій, 11 год. практичних занять, 117 год. самостійної роботи)
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 1.1. Демонструє знання теорії, методів і практичних прийомів маркетингового менеджменту.		Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота, пошук в Інтернеті, написання есе, тест		Участь у дискусії, оцінка виконання практичних завдань, есе, тест
РН 1.2. Усвідомлює зміст основних фундаментальних		Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, презентація		Оцінювання практичних

категорій, якими оперує маркетинговий менеджмент. РН 1.3. Володіє методологією напрямків діяльності в галузі маркетингового менеджменту. РН 2.1. Демонструє розуміння наукової і практичної літератури та нових досягнень в теорії та практиці маркетингового менеджменту. РН 2.2. На основі вивчення джерел інформації формує власну точку зору на основні проблеми маркетингового менеджменту РН 7.1. Забезпечувати впровадження сучасних маркетингових концепцій в діяльність підприємства; РН 7.2. Обирати оптимальну форму організації маркетингу з точки зору діяльності конкретної організації; РН 7.3. Використовувати сучасні інструменти маркетингового менеджменту в діяльності підприємства. РН 10.2. Інтерпретувати результати маркетингового стратегічного аналізу для розробки маркетингових планів підприємства РН 11.1. Здійснювати стратегічну маркетингову діагностику задля	Лекції, семінари, дискусія, практичні заняття, самостійна робота, пошук в Інтернеті, написання есе Практичні заняття, самостійна робота під керівництвом викладача, виконання практичних завдань, проект, написання тез Практичні заняття, самостійна робота під керівництвом викладача, виконання практичних завдань, проект, написання тез, кейс стаді Практичні заняття, самостійна робота, виконання практичних завдань, кейс стаді, презентація, проект Практичні заняття, самостійна робота, виконання практичних завдань, кейс стаді, презентація, проект Лекції, практичні заняття, самостійна робота, виконання практичних завдань, кейс стаді Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, проект Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, проект	завдань та презентації Оцінювання практичних завдань та участі в дискусії Оцінка практичних завдань, результатів проекту Оцінка практичних завдань, відповідей на запитання кейсів та практичних навичок Оцінка практичних завдань, кейс стаді, презентації, результатів проекту Оцінка практичних завдань, кейс стаді, презентації, результатів проекту Оцінка практичних завдань, кейсу
--	---	--

розробки та реалізації маркетингових планів, проектів і програм. РН 11.2. Здійснювати оперативну маркетингову діагностику як основу для оцінювання та контролю маркетингової діяльності РН 11.3. Здійснювати оцінювання та контроль маркетингової діяльності РН 14.1. Може доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, здійснювати презентації власних розробок та проектів. РН 14.2. Вміє оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, підготувати наукову публікацію, зробити доповідь. РН 18.1. Здатний формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій. РН 18.2. Може брати на себе відповідальність за прийняття і реалізацію індивідуальних та колективних рішень. РН 1.1, 1.2, 1.3 РН 2.1, 2.2 РН 7.1, 7.2, 7.3 РН 10.2 РН 11.1, 11.2, 11.3 РН 14.1, 14.2 РН 18.1, 18.2	Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, проект Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, проект 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 Лекції, практичні заняття, виконання практичних завдань, самостійна робота, проект Виконання практичних завдань, самостійна робота, проект	Оцінка практичних завдань, кейс стаді, результатів проекту Оцінка практичних завдань, результатів проекту Оцінка практичних завдань, результатів проекту Оцінка практичних завдань, результатів проекту Оцінка результатів дослідження, есе, презентації тез Оцінка результатів дослідження, есе, презентації тез
--	---	---

		Оцінка практичних завдань, результатів проекту
		Оцінка практичних завдань, результатів проекту
		Екзамен
Оцінка		
Підсумкова оцінка 100% підсумкової оцінки виставляється за результатами екзамену (40%) та поточного оцінювання (60%) 40% Екзамен (8 комплектів письмових завдань, кожне завдання включає 2 аналітичних завдання, 1 практичне завдання) 60% Поточна оцінка: 10% Участь у дискусії 10% Кейс стаді 20% оцінка практичних завдань (виконання аналітичних завдань і аналітично-розрахункових завдань) 20% Проект		
Зміст		
Тема 1. Зміст та функції маркетингового менеджменту Тема 2. Організація маркетингу на підприємстві Тема 3. Сутність та система маркетингового планування Тема 4. Маркетингове стратегічне планування Тема 5. Тактичне і оперативне планування маркетингу Тема 6. Внутрішньо-фірмове планування і маркетингова програма. Тема 7. Управління комплексом маркетингу на підприємстві Тема 8. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства Тема 9. Сталий розвиток і соціальна відповідальність бізнесу		
Література		
Основна 1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / О.А. Біловодська – К.: Знання, 2010. – 386 с. <i>(базовий підручник)</i>. 2. Крикавський Є.В. Маркетинговий менеджмент: навч. Посібник / Є.В. Крикавський, І.О. Дейнега, О.В. Дейнега, І.Ф. Лорві. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 380 с. 3. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент, 12-е вид. / Ф. Котлер; — К.: «Видавництво Ліра-К», 2012. – 860 с.		

Додаткова

1. Овечкіна О.А. Планування маркетингу/ О.А. Овечкіна. – К. Центр навчальної літератури. 2013. – 352с.
2. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж.Ж. Ламбен; – СПб.: Питер, 2007. – 800с.
3. Траут Дж. Траут о стратегии / Дж. Траут; – СПб.: Питер, 2005. – 496с.
4. Манн И. Маркетинг на 100% / И. Манн; – СПб.: Питер, 2003. – 286с.
5. Гэд Т. 4D брендинг / Т. Гэд; – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 426 с.
6. Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник/ під заг. ред. М.І. Белявцева та В.Н. Воробйова. К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 296с.
7. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: підручник / А. В. Войчак; – К.: КНЕУ, 2003. – 260с.
8. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент: Навчальний посібник / Л.В. Балабанова; – К.: Знання, 2004. – 762с.

Періодичні видання

Маркетинг в Україні
Маркетинг и реклама
Отдел маркетинга
Маркетинг
Рекламные технологии
Практика продаж
Новый маркетинг

Інформаційні ресурси в інтернеті

MarketingWeek - <http://www.marketingweek.co.uk/>

Компанія - <http://www.ko.ru/>

Креатив&creativity - <http://www.creative-mgz.ru/>

Маркетинг та маркетингові дослідження - <http://www.grebennikov.ru/marketing-researches.phtml>

Маркетинг. Менеджмент - <http://www.mgmt.ru/index.html>

Новий маркетинг - <http://marketing.web-standart.net/>

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, 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 однокласників 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 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 відносин**Анотація**

Мета курсу: формування у здобувачів сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері маркетингу відносин, вироблення вмінь та навичок в області побудови ефективної системи взаємодії на підприємстві.

Основні компетентності, що формуються:

- здатність до ефективної взаємодії з іншими людьми; до подання складної інформації у зрозумілий спосіб усно і письмово;
- здатність застосовувати та інтегрувати знання, уміння і навички та їх ефективно використовувати в умовах швидкої адаптації організацій до вимог зовнішнього середовища;
- здатність працювати з системами формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень;
- здатність до виконання конкретних операцій з вироблення і контролю ефективної бізнес-взаємодії.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	IV	3/вибіркова	Шевченко В.М., к.держ.упр., 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)
Після закінчення курсу здобувачі зможуть:				
1) сформулювати сутність внутрішнього маркетингу, основні етапи його впровадження, а також внутрішні і зовнішні чинники, що впливають на поведінку споживачів підприємства;		Інтерактивна лекція, навчальні посібники, дискусія		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; тести (Поточний контроль)
2) ідентифікувати фактори зовнішнього (соціально обумовленого) і внутрішнього (психологічно обумовленого) впливу на процес прийняття споживачем рішення;		Проблемна лекція, тематичне дослідження в малих групах		Участь у дискусії, усні відповіді на питання; презентація для малих груп (Поточний контроль)
3) застосовувати методи, прийоми, інструментарій маркетингу взаємодії і партнерських відносин, будувати внутрішні		Панельне обговорення, есе		Участь у розв'язанні кейсу; (Поточний контроль)

відносини (внутрішній маркетинг) в організації; 4) виявляти і оцінювати мотиваційні чинники поведінки й задоволеності споживачів; 5) володіти навичками розробляти і використовувати інструментарій для діагностики різних видів маркетингу відносин	Лекція, самостійне навчання, семінар Практичні заняття, аналіз даних, презентація в малій групі	Участь у розв'язанні кейсу; участь у дискусії, (Поточний контроль) Участь у розв'язанні кейсу; участь у дискусії, (Поточний контроль)
Оцінка		
Підсумкова оцінка в результаті 100% постійного оцінювання: 20% участь у дискусії 20% тест (вибір декількох) 30% есе (написаний) 30% розв'язування кейсів (усна,)		
Зміст		
Тема 1. Маркетинг відносин: поняття і принципи Тема 2. Внутрішній маркетинг Тема 3. Створення споживчої цінності продукту Тема 4. Фактори взаємовідносин Тема 5. Комунікації в маркетингу відносин Тема 6. Дослідження якості послуг Тема 7. Споживацька лояльність: визначення, оцінка, програми підвищення		
Література		
Основна Мартышев А.В. Маркетинг отношений: учебное пособие / А. В. Мартышев. – Владивосток : ТИДОТ ДВГУ, 2005. – 107 с. (базовий підручник). Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее к человеческой душе/Ф.Котлер, А. Сетиаван, Х. Картаджайя. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 240 с.		
Додаткова Мамаева Л.Н., Чувакова С.Г. Удержание потребителя в условиях экономического кризиса: Практическое пособие. - М.: ИТК Дашков и Ко, 2010. – 176 с. Меликян, О.М. Поведение потребителей / О.М. Меликян. – М.: "Дашков и Ко" – 2009 – 264 с. Ших, К. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса/ К. Ших. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 304 с. Энджел, Д. Ф. Поведение потребителей / Д. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2010. – 943 с.		
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 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: Міжнародний менеджмент**Анотація** (мета курсу; основні компетентності, що формуються):

Метою дисципліни є розробка системи теоретичних знань та практичних навичок з управління міжнародним співробітництвом, ефективно впровадження в цих компаніях управлінських - планування, організація, комунікація, мотивація, керівництво, контрольні функції.

Зміст компетентностей

- Вміння обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, у тому числі у відповідності до міжнародних стандартів.
- Встановлювати критерії, за якими організація визначає подальший напрямки розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.
- Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, ухвалювати управлінські рішення та забезпечувати умови їх реалізації;
- Здатність до управління організацією, її змінами.

Мова викладання	Семестр	Кредити ECTS / Тип дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Викладач	Навчальне навантаження
Укр.	I	6 / обов'язкова	Митрофанова Г.Я., д.е.н., доц.	180 год. (28 год. лекцій, 14 год. практичних занять, 138 год. самостійної роботи)
Результати навчання		Методи викладання, навчання		Форми оцінювання (поточний та підсумковий контроль)
РН 1.1. Застосовувати сучасні методи та інструменти ключових технологічних, фінансових, торговельних та інвестиційних питань у вирішенні міжнародних корпорацій;		Інтерактивна лекція, Практичні заняття, Дебати, Панельна дискусія		Участь в дискусіях, Оцінка практичних навичок
РН 1.2. Використовувати сучасні інструменти міжнародного менеджменту в українських компаніях;		Лекція Кейс стаді		Тестування Презентація кейс стаді
РН 1.3. Створювати та організовувати ефективну роботу міжнародних команд;		Лекція Практичне завдання		Усні відповіді на запитання Оцінювання доповідей студентів
РН 1.4. Запроваджувати сучасні форми та методи мотивації в контексті полікультурного середовища;		Проблемна лекція Кейс стаді Проблемні ситуації		Презентація кейс стаді Вирішення проблемних ситуацій

РН 1.5. Розробляти основні шляхи вдосконалення соціальної відповідальності міжнародних корпорацій		
РН 2.1. Може правильно використовувати методику розрахунків основних показників та методологічних інструментів з метою пізнання мінливих явищ та процесів, які впливають на стан організації;	Лекція Кейс стаді Робота в малих групах	Презентація кейс стаді Презентація результатів роботи в малих групах
РН 2.2. Може успішно використовувати методологічні та методичні прийоми вивчення ефективності діяльності й проектування організацій;	Проблемна лекція Кейс стаді Виконання вправ Виконання дослідницького проекту	Презентація кейс стаді Оцінювання результатів вправ Презентація результатів дослідницького проекту
РН 2.3. Може досліджувати й характеризувати різні види організацій, визначаючи їх переваги й недоліки;	Лекція Виконання дослідницького проекту	Презентація результатів дослідницького проекту
РН 3.1. 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 управління, РН 3.2. Здатен коректно спілкуватися з оточенням, визначати пріоритети для виконання завдань, нести відповідальність за дії та рішення	Кейс стаді Ділова гра	Презентація кейс стаді Участь в діловій грі
РН 4.1. Вміє самостійно працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами соціально-економічного спрямування з проблем менеджменту; РН 4.2. Усвідомлює динамічні зміни в економіці країни та світу, розуміє необхідність навчання протягом життя, спроможне організувати процес навчання інших осіб; РН 4.3. Розуміє потреби систематичного підвищення своєї професійної кваліфікації	Виконання дослідницького проекту	Презентація результатів дослідницького проекту Есе
Оцінка		
Підсумкова оцінка по дисципліні виставляється за 100-бальною шкалою, 40 балів –		

екзамен,
60 балів розподіляються за змістовими модулями та формами діагностики:

Модулі, теми та форми діагностики	Максимальна кількість балів
Змістовий модуль 1	30
Тема 1, опитування	1
Тема 2, опитування, тестування	2
Тема 3, опитування,	2
Тема 4, доповіді	1
Тема 5, письмова відповідь на запитання	2
Тема 6, тестування	2
Підсумкове модульне тестування	20
Змістовий модуль 2	30
Тема 7, самостійна робота	1
Тема 8, письмова відповідь на запитання	2
Тема 9, розв'язування задач	2
Тема 10, опитування, розв'язування задач	2
Тема 11, тестування	1
Тема 12 опитування, тестування	2
Підсумкове модульне тестування	20
Усього за роботу на практичних заняттях	60

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 демонструє послідовність дій у поясненні ситуацій; детально пояснює, усвідомлено використовує методи аналізу.

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

60-74% зараховується, якщо:

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

Здобувач демонструє не повну послідовність дій у поясненні ситуацій.

1-59% зараховується, якщо:

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

Здобувач не демонструє розуміння послідовності дій в поясненні ситуації.

Деякі матеріали в роботі не стосуються питання.

Критерії оцінки знань здобувачів усних відповідей та письмових відповідей

Оцінка	Критерії оцінки
90-100%	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.
75-89%	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.	
	60-74%	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	
	1-59%	Частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.	

Зміст
Модуль 1. Міжнародний бізнес та міжнародний менеджмент 1) Сутність та особливості міжнародного менеджменту 2) Міжнародний менеджмент навколишнього середовища 3) Стратегічне планування в міжнародних корпораціях 4) Прийняття рішень у міжнародних корпораціях 5) Організаційний розвиток міжнародних корпорацій Модуль 2. Практичні аспекти міжнародного менеджменту 6) Управління людськими ресурсами в міжнародних корпораціях 7) Управління та комунікація в міжнародних корпораціях 8) Етика та соціальна відповідальність транснаціональних корпорацій 9) Управління фінансами, моніторинг та звітність транснаціональних корпорацій. 10) Інвестиційна, торгова та технологічна політика міжнародних корпорацій. 11) Становлення глобального управління
Література
1. Міжнародний менеджмент [Текст]: підруч. для студентів ВНЗ / [С. О. Гуткевич та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. С. О. Гуткевич. - Харків: Діса плюс, 2014. - 526 с.. 2. Міжнародний менеджмент [Текст]: навч. посіб. / [Г. Я. Глуха та ін.]; Ун-т ім. Альфреда Нобеля. - Дніпро: Ун-т ім. Альфреда Нобеля, 2018. - 70 с. 3. Міжнародний менеджмент інноваційної діяльності [Текст] : підручник / І. Г. Бабець, Ю. В. Полякова, О. А. Мокій; за заг. ред. д-ра екон. наук, доц. І. Г. Бабець, д-ра екон. наук, проф. А. І. Мокія ; Запоріж. ін-т економіки та інформ. технологій, Львів. ін-т менеджменту. - Запоріжжя : Кругозір ; Львів, 2016. – 493 с. 4. Онищенко В.П. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / В. П. Онищенко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. - 383 с. 5. Міжнародний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Растр-7, 2019. - 200 с.
Допоміжна
1. Міжнародний менеджмент [Текст]: навч. посіб. для студентів ВНЗ / [С. М. Синиця та ін.]; ДВНЗ "Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника". - Івано-Франківськ : ДВНЗ

- "Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника", 2014. - 335 с.
2. Міжнародний менеджмент [Текст]: підруч. для студентів ВНЗ / [С. О. Гуткевич та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. С. О. Гуткевич. - Київ: Кафедра, 2015. - 526 с.
 3. Міжнародний менеджмент [Текст]: навч. посіб. / В. В. Рокоча, Б. М. Одягайло, В. І. Терехов; ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК". - Київ: ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2016. - 170 с.
 4. Македон В.В. Міжнародний менеджмент. Підручник / Македон В.В. – Дн-ськ.: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. – 616 с.
 5. Міжнародний менеджмент та логістика [Текст]: навч. посіб. / А. Бардась [та ін.]; Держ. ВНЗ Нац. гірн. ун-т. - Дніпро: Герда, 2016. - 294 с
 6. Міжнародний менеджмент: сучасні теорії та практики [Текст]: навч. посіб. / [Н. П. Мешко та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. П. Мешко; Дніпр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. - Дніпро: Літограф, 2018. - 375 с.
 7. Якокка Л. Кар'єра менеджера / Якокка Л. - М.: Прогресс, 1990. - 384 с.
 8. H. Deresky (2013). *International Management: Managing Across Borders and Cultures, Text and Cases*, Pearson; 8th Edition, 528 p.
 9. R.Mead, T.G. Andrews (2009). *International Management*, Wiley-Blackwell; 4th edition, 486 p.
 10. Marquez Reiter, Rosina & Orthaber, Sara & Kadar, Daniel & Chavan, Meena. (2015). *International Management and Intercultural Communication, A Collection of Case Studies; Volumes 1 and 2*; Edited by Elizabeth Christopher.
 11. R. M. Hodgetts, F. Luthans, (2002). *International Management: Culture, Strategy, and Behavior with World Map*, Publisher: McGraw-Hill/Irwin, 628 p.
 12. John B. Cullen, K. Praveen Parboteeah (2014). *Multinational Management: A Strategic Approach*, Publisher: South-Western College, 696 p.
 13. W. Chan Kim, R. Mauborone (2015). *Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*, Harvard Business Review Press; Expanded edition, 320 p.
 14. Formánková, Sylvie & Ubrežiová, Iveta. (2012). *International Management and Entrepreneurship*.
 15. John B. Cullen, K. Praveen Parboteeah (2014). *Multinational Management: A Strategic Approach*, Publisher: South-Western College, 696 p.
 16. W. Chan Kim, R. Mauborone (2015). *Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*, Harvard Business Review

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ В ІНТЕРНЕТІ

1. ЛігаБізнесІнформ. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: : www.liga.net.
2. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.legal.com.ua/cgi-bin/matrix.cgi/pravo.html.

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 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);
- посилення 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, поведіння під час занять з повагою до інших присутніх;
- 5) відсутність запізнь на заняття.