БАКАЛАВРСЬКА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

- **кваліфікація, що присвоюється**

Бакалавр з маркетингу.

- **тривалість програми**

4 роки.

- **кількість кредитів**

240 едитів ЄКТС.

- **рівень кваліфікації відповідно до Національної рамки кваліфікацій та Європейської рамки кваліфікацій**

Бакалавр (перший цикл вищої освіти).

- **галузь навчання**

07 правління та адміністрування.

- **конкретні вимоги щодо вступу**

Зарахування проводиться приймальною комісією згідно з «Умовами прийому до ВНЗ» та «Правилами прийому у ДонНУЕТ».

- **конкретна процедура визнання попереднього навчання (формального, неформального, неофіційного)**

На навчання для здобуття ступеня бакалавра на другий курс (з нормативним строком навчання) або на перший курс (зі скороченим строком навчання) приймаються особи, які здобули освітньо-кваліфікаційний рівень молодшого спеціаліста. Прийом здійснюється за результатами фахового вступного випробування.

- **кваліфікаційні вимоги та положення, включно з вимогами стосовно закінчення навчального закладу**

Завершена навчальна програма обсягом 240 кредитів. Атестація якості підготовки бакалавра з маркетингу щодо встановлення фактичної відповідності рівня освітньої підготовки вимогам освітньо-кваліфікаційної характеристики здійснюється екзаменаційною комісією з фаху. Атестація передбачає оцінку рівня професійних знань, умінь та навичок випускників та включає захист дипломної роботи і складання комплексного екзамену з базової освіти. Присвоєння кваліфікації «Бакалавр з маркетингу» здійснює екзаменаційна комісія Університету.

- **профіль програми**

Загальний обсяг навчальної програми – 240 кредитів ЄКТС, в т.ч.: обов'язкові дисципліни – 168 кредитів (дисципліни гуманітарної підготовки – 30 кредитів, дисципліни природничо-наукової та загальноекономічної підготовки – 33 кредити, дисципліни професійної та практичної підготовки – 105 кредитів); вибіркові дисципліни – 61,5 кредитів (дисципліни гуманітарної підготовки – 13 кредитів, дисципліни природничо-наукової та загальноекономічної підготовки – 3 кредити, дисципліни професійної та практичної підготовки – 45,5 кредитів); атестація –10,5 кредита.

- **результати навчання програми**

Знання і розуміння

знання філософських категорій та понять;

розуміння культурних питань сучасності та соціально-історичної сутності явищ і процесів людського буття;

розуміння сутності перетворень, що відбуваються в Україні, її місця у загальноєвропейському просторі та завдання, що стоять перед країною та світовою цивілізацією;

знання загальних закономірностей, механізмів становлення та розвитку психічних пізнавальних процесів, властивостей, станів та людської особистості;

знання загальноприйнятих норм поведінки та моралі у міжособистісних стосунках, створення умов для їх дотримання;

базові знання з загального менеджменту, маркетингу, економіки підприємства, бухгалтерського обліку, фінансів, міжнародної економіки, економіки праці і соціально-трудових відносин; поглибленні знання з поведінки споживачів, маркетингу послуг, логістики, інвестування; поглибленні знання з організації маркетингових досліджень, розробки товарної, цінової і розподільчої політик та політики маркетингових комунікацій; поглибленні знання з системи технологій, маркетингу відносин, мерчандайзингу;

володіння комплексом знань щодо розробки та здійснення кадрової політики організаціях, забезпечення цілеспрямованого використання персоналу організації та ефективного управління трудовим колективом.

Застосування знань і розумінь

уміння виявляти тенденції змін зовнішнього середовища і прогнозувати їх розвиток;

уміння формувати механізм внутрішньовиробничих маркетингових відносин, систему планування і контролю діяльності підрозділів підприємства;

уміння створювати ділові системи комунікації з вітчизняними бізнес-партнерами, використовувати етику ділового спілкування;

уміння організовувати власні виставки, презентації, ділові зустрічі та забезпечувати участь у аналогічних заходах, що представляють інтерес для підприємства;

уміння вести бібліографічну роботу із залученням сучасних інформаційних технологій;

уміння вести пошук, збирати, систематизувати потрібну для виконання посадових обов’язків нормативно-правову, соціально-економічну, науково-методичну, довідкову та іншу інформацію та використовувати її в практичній діяльності;

уміння проводити системний аналіз діяльності підприємства;

уміння формулювати маркетингові рішення, оцінювати і вибирати їх альтернативи;

володіння сучасною методологією використання маркетингового комплексу на практиці.

Формування суджень

здатність використовувати набуті нові знання та технології у практичній маркетинговій діяльності, професійно орієнтуватись у сучасних інформаційно-комунікаційних системах, володіти новітніми технологіями обробки соціально-економічної інформації;

здатність здійснювати науково-практичний аналіз та обирати оптимальні підходи до вирішення складних ринкових ситуацій;

здатність застосування базових психолого-педагогічних знань для управління діяльністю трудових колективів;

здатність використовувати фундаментальні маркетингові закони і методики в дослідженнях економічних проблем організації.

- **структура програми з кредитами**

Таблиця 1 - Обов'язкові дисципліни

№	Назва дисципліни	Семестр	Кількість кредитів ECTS	Кількість годин всього/на тиждень	Форма контролю
1.	Історія української державності та культури	1	5	150/5	залік
2.	Іноземна мова	1,2	10	300/5	екзамен
3.	Філософія	1	5	150/5	екзамен
4.	Соціологія і політологія	2	5	150/5	залік
5.	Ділова українська мова	2	5	150/5	екзамен
6.	Політична економія	1	5	150/5	екзамен
7.	Математика для економістів: Вища математика	1	5	150/5	екзамен
8.	Макроекономіка	2	5	150/5	екзамен
9.	Інформатика та інформаційні технології	2д	3	90/7,5	залік
10.	Мікроекономіка	3	5	150/5	екзамен, курсова робота
11.	Математика для економістів: - теорія ймовірності і математична статистика	3	5	150/5	екзамен
12.	Економіко-математичні методи та моделі: економетрика	4	5	150/5	екзамен
13.	Статистика	3	5	150/5	екзамен

14.	Організація торгівлі	3	5	150/5	залік
15.	Фінанси, гроші та кредит	4	5	150/5	Залік
16.	Бухгалтерський облік	4	5	150/5	Екзамен
17.	Міжнародна економіка	4	5	150/5	Екзамен
18.	Тренінг з бухгалтерського обліку	4д	3	90/7,5	Екзамен
19.	Менеджмент	5	5	150/5	Екзамен
20.	Економіка підприємства	5	5	150/5	Екзамен
21.	Маркетинг послуг	5	5	150/5	Екзамен
22.	Маркетинг	5,6	10	150/5 150/5	екзамен; екзамен, курсова робота
23.	Паблік рилейшнз	6	5	150/4	Залік
24.	Поведінка споживачів	6	5	150/4	Екзамен
25.	Захист прав споживачів	6д	3	90/7,5	Залік
26.	Маркетингова професійна практика	6д	3	90/0	Залік
27.	Маркетингові дослідження	7	5	150/5	екзамен, курсова робота
28.	Маркетингові комунікації	7	5	150/5	Екзамен
29.	Логістика	7	5	150/5	Екзамен
30.	Управління персоналом	8	5	150/5	Екзамен
31.	Маркетингова товарна політика	8	5	150/5	екзамен, курсова робота
32.	Маркетингове ціноутворення	8	5	150/5	Екзамен
33.	Переддипломна практика	9	6	180/0	Залік

Таблиця 2- Вибіркові дисципліни

№	Назва дисципліни	Семестр	Кількість кредитів ECTS	Кількість годин всього/на тиждень	Форма контролю
1.	Риторика Психологія	2	3	90/3	Залік
2.	Трудове право Договірне право	2	3	90/3	Залік
3.	Тренінг з іноземної мови Тренінг "Моделювання суспільно-історичних	2д	3	90/7,5	Залік

	процесів"				
4.	Господарське право Міжнародні економічні відносини	4	4	120/4	залік
5.	Етика ділового спілкування Інституціональна економіка	4	3	90/3	залік
6.	Практичний тренінг "Ринок" Товарознавство	2д	3	90/7,5	залік
7.	Електронний маркетинг Комп'ютерний дизайн в маркетингу	3	4	120/4	екзамен
8.	Інфраструктура товарного ринку Логістична інфраструктура	4д	3	90/7,5	залік
9.	Тренінг з копірайтингу Тренінг "Мистецтво презентації"	4д	3	90/7,5	залік
10.	Тара та упаковка Етика бізнесу	5	5	150/4	залік
11.	Мерчандайзинг Управління організаційною поведінкою	6	4	120/3	екзамен
12.	Управління лояльністю споживачів Маркетинг відносин	6	4	120/3	залік
13.	Тренінг з виставкової справи і POS- маркетингу Тренінг "Техніка активних продажів"	6д	3	90/7,5	залік
14.	Тренінг з управлінського обліку Складська логістика і управління товарними запасами	6д	3	90/7,5	залік
15.	Інноваційний маркетинг Бізнес-планування	7	3,5	105/3	залік
16.	Збутова діяльність Логістика розподілу	7	5	150/4	залік
17.	Рекламний менеджмент Транспортна логістика	5	5	150/5	залік

Атестація

№	Назва дисципліни	Семестр	Кількість кредитів ECTS	Кількість годин всього/на тиждень	Форма контролю
1.	Комплексний екзамен з базової освіти: Маркетингова товарна політика, Маркетингові дослідження, Маркетинг послуг, Маркетингові комунікації	9	1,5	45/0	Екзамен
2.	Виконання та захист дипломної роботи	9	9	270	Екзамен

- **форма навчання**

  денна.

положення про оцінювання та шкала оцінок

Оцінювання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу (протокол Вченої Ради № 8 від 29.05.2015, наказ ректора № 44 від 29.05.2015) та Тимчасового положення про проведення підсумкового контролю знань у формі тестування у ДонНУЕТ (протокол Вченої Ради № 3 від 2.11.2016, наказ ректора № 127 від 3.11.2015).

Схема оцінювання у ДонНУЕТ (довідник з розподілу оцінок)

Оцінка за національною шкалою / National grade	**Рівень досягнень, % / Marks, %**
Національна диференційована шкала	
Відмінно / Excellent	90 – 100
Добре / Good	75 – 89
Задовільно / Satisfactory	60 – 74
Незадовільно / Fail	0 – 59
Шкала ECTS	
A	90 – 100
B	80 – 89
C	75 – 79
D	70 – 74
E	60 – 69
Fx	20 – 59
F	0 – 19

- **навчальні практики**

Рік навчання	Семестр/ кількість кредитів	Кількість тижнів	Назва практики
3 курс	6 д / 3 кредити	2	Маркетингова професійна практика
4 курс	9 / 6 кредитів	4	Переддипломна практика

- **керівник програми чи еквівалентна посада**

Маловичко Світлана Вікторівна – зав. кафедри маркетингу та менеджменту кандидат економічних наук, доцент

Україна, 50005, м. Кривий Ріг, вул. Островського, 16, ауд. 501.
Тел.: (050) 926-18-85
Електронна пошта: svetlana.malovichko@mail.ru
Сайт: http://kmm.donnuet.edu.ua/

- **професійні профілі випускників**

Фахівець-маркетолог базового рівня має високий рівень теоретичної підготовки, спеціальні знання, поглиблену спеціалізовану фахову підготовку, що дозволяє займати такі посади: BTL-менеджер, P.O.S. - спеціаліст, Product-менеджер, рекламний агент, арт-директор, бренд-менеджер, кліпмейкер, копірайтер, креативний директор, лобіст (GR-спеціаліст), медіабайер, медіапланер, менеджер з PR, менеджер по рекламі, менеджер по роботі з клієнтами, мерчендайзер, регіональній менеджер, соціолог, спічрайтер, супервайзер, ТБ-байер, трейд-маркетинг менеджер.

ІСТОРІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ ТА КУЛЬТУРИ (ІУДК)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – надання знань, про сутність державотворчих процесів, що відбувалися в минулому й відбуваються в сучасній Україні, їх об'єктивну зумовленість, взаємозв'язки та взаємозалежності.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
сутності суспільно-політичного розвитку української державності;
особливостей, етапів та методики ІУДК;
загальносвітового історичного процесу.

застосування знань і розумінь:
уміння використовувати матеріал з усіх періодів історії української державності та культури;
уміння аналізувати факти, дати, персоналії, райони проживання та розселення різноманітних етнічних груп, лінії проходження кордонів української держави в минулому та сьогоденні; особливості військових баталій різних часів;
уміння виявляти причини, суть та наслідки найбільш важливих суспільно-політичних подій (реформи, революції). Зіставляти історичні процеси з епохами, застосовувати набуті знання для прогнозування суспільних процесів; формування свідомості громадянина й патріота України.

формування суджень:
орієнтуватися в історичному матеріалі використовуючи причинно-наслідковий принцип;
аналізувати та зіставляти історичні процеси, що відбувалися на території України з іншими подіями всесвітньої історії;
працювати з картою, ідентифікувати історичні персоналії, об'єкти культурної спадщини.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; виконання індивідуального завдання ;
підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	4-й
		Лекції:	
		52 год.	8 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		13 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: Бакалавр	85год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Романуха О.М., к.і.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Державність України IV – II тис. до н.е. – поч. XIX ст.

Тема 1. Доісторичне минуле України.

1.1. Поява та розселення людей на території України (палеоліт, мезоліт, неоліт)
1.2. Трипільська культура
1.3. Кочовики раннього залізного віку (кіммерійці, скіфи, сармати)
1.4. Античні міста-колонії Північного Причорномор’я та Криму
1.5. Перші писемні згадки про давніх слов’ян (венедів, антів, склавинів). Велике розселення слов’ян

Тема 2. Княжа доба української історії.

2.1. Виникнення та розквіт Київської Русі
2.2. Київська Русь за часів роздробленості
2.3. Галицько-Волинська держава

2.4. Політичний устрій, соціально-економічний, культурний розвиток Київської Русі та Галицько-Волинської держави

Тема 3. Українські землі у складі іноземних держав у другій половині XIV – XVI ст.

3.1. Боротьба Польщі і Литви за Галицько-Волинську спадщину. Становище українських земель. Кревська унія
3.2. Утворення Кримського ханства
3.3. Люблінська, Берестейська унії, їх зміст і наслідки
3.4. Політичний, соціально-економічний та культурний розвиток українських земель
3.5. Виникнення козацтва і утворення Запорізької Січі. Повстання 90-х років XVI ст.

Тема 4. Українські землі в першій половині XVII ст. Національно – визвольна війна українського народу середини XVII ст.

4.1. Українські землі в першій половині XVII ст. Козацькі повстання 1620-х – 1630-х рр.
4.2. Причини, характер, рушійні сили Визвольної війни українського народу проти Польщі
4.3. Основні етапи Визвольної війни
4.4. Переяславська рада. Березневі статті і їх наукова оцінка
4.5. Формування основних принципів національної державницької ідеї

Тема 5. Українські землі в 60-80-ті рр. XVII ст.

5.1. Загострення кризи української державності у 1657-1663 рр.
5.2. Боротьба за возз'єднання козацької України (1663-1668 рр.)
5.3. Криза і поразка визвольної боротьби

Тема 6. Українські землі наприкінці XVII – XVIII ст.

6.1. Україна за гетьманування І. Мазепи. Конституція Пилипа Орлика
6.2. Колоніальна політика російського царизму щодо України. Гетьман І. Скоропадський, наказний гетьман П. Полуботок
6.3. Діяльність гетьманів Д. Апостола та К. Розумовського
6.4. Ліквідація автономного устрою України і Запорізької Січі. Розгортання гайдамацького та опришківського рухів

Тема 7. Українські землі наприкінці XVIII – першій половині XIX ст.

7.1. Українські землі у складі Російської імперії наприкінці XVIII – у першій половині XIX ст.
7.2. Західноукраїнські землі наприкінці XVIII – у першій половині XIX ст.
7.3. Культура України кінця XVIII – першої половини XIX ст.

Змістовий модуль 2 Відродження національної свідомості народу України, українська державність у XIX-XX ст. Незалежна Україна поч. XXI ст.

Тема 8. Українські землі у складі Російської імперії в другій половині XIX ст.
8.1. Скасування кріпосного права та реформи 60-70-х рр. XIX ст.
8.2. Промисловий переворот другої половини XIX ст.
8.3. Національний рух на українських землях у складі Російської імперії
8.4. Українське культурне життя у другій половині XIX ст.

Тема 9. Західноукраїнські землі у складі Австрійської (Австро-Угорської) імперії у другій половині XIX ст.
9.1. Соціально-економічний розвиток західноукраїнських земель
9.2. Суспільно-політичні процеси на західноукраїнських землях у складі Австро-Угорської імперії
9.3. Розвиток культури у другій половині XIX ст.

Тема 10. Українські землі на початку XX ст.
10.1. Суспільно-політичний та національний рух на українських землях під владою Російської імперії
10.2. Соціально-економічний розвиток. Столипінська аграрна реформа
10.3. Західноукраїнські землі на початку XX ст.
10.4. Україна у Першій світовій війні

Тема 11. Українська національно-демократична революція (1917-1920 рр.).
11.1. Революційні події в Україні у 1917 – на початку 1918 р.
11.2. Українська держава часів П. Скоропадського
11.4. Українські землі періоду Директорії
11.5. Західноукраїнська Народна Республіка (ЗУНР)
11.6. Політика радянської влади в Україні

Тема 12. Україна в міжвоєнний період.
12.1. Україна в умовах нової економічної політики
12.2. Індустріалізація та її соціально-економічні наслідки
12.3. Колективізація. Голодомор 1932-1933 рр.
12.4. Утвердження сталінського тоталітарного режиму
12.5. Західноукраїнські землі у складі Польщі, Румунії, Чехословаччини

Тема 13. Україна під час Другої світової війни (1939-1945 рр.).
13.1. Початок Другої світової війни
13.2. Україна в роки окупації
13.3. Визволення України

Тема 14. Україна в другій половині 40-х – кінці 80-х років XX ст.
14.1. Післявоєнна відбудова та розвиток України в 1945 – початку 1950-х рр

14.2. Україна в умовах десталінізації
14.3. Поглиблення системної кризи тоталітарного режиму в другій половин 60-х – першій половині 80-х рр. ХХ ст.
14.4. Дисидентський рух
14.5. Розпад Радянського Союзу та відродження незалежності України

Тема 15. Україна в умовах незалежності.
15.1. Державотворення незалежної України
15.2. Трансформація економічної системи
15.3. Зовнішня політика України
15.4. Основні напрямки розвитку культури, освіти, науки

10. Рекомендована література

1. Білоцерківський В.Я. Історія України: Навчальний посібник / В.Я. Білоцерківський. – Київ : Центр учбової літератури. - 2007. - 536 с.
2. Бойко О.Д. Історія України: Навчальний посібник / О. Бойко. - К. : Академвидав. - 2006. - 688 с.
3. Історія України: Навчально-методичний посібник для семінарських занять./ В.М.Литвин, А.Г.Слюсаренко, В.Ф.Колесник та ін. За ред. В.М.Литвина. - К.: Знання - Прес. - 2006. - 460 с.
4. Історія України. Навчальний посібник. Змістові модулі. / Г.С. Бігун, Р.П.Соловйова, С.Е.Саржан, О.І.Мармазова, І.Є.Смирнова. – Донецьк : ДонНУЕТ . - 2005. - 232 с.
5. Лановик Б.Д., Лазарович М.В. Історія України: Навчальний посібник / Б.Д. Лановик, М.В. Лазарович. - К. : Знання - Прес. - 2006. - 598 с.
6. Литвин В.М. Історія України. Навчальний посібник для семінарських занять / В.М. Литвин. – Київ : Знання - Прес. - 2007. - 400 с.
7. Остафійчук В.Ф. Історія України: сучасне бачення: Навчальний посібник В.Ф. Остафійчук. - К. : Знання - Прес. - 2006. - 422 с.
8. Савченко Н.М., Подольський М.К. Історія України: модульний курс. Навчальний посібник / Н.М. савченко, М.К. Подольський. - К. : Центр навчальної літератури. - 2006. - 544 с.
9. Романуха О.М. Хрестоматія з історії України : для студ. екон. та торг. профілю / О.М. Романуха. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 297 с.
10. Історія України : навч. посіб. для студ. екон. і торг. спец. / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. українознавства ; Г. С. Бігун, О. І. Мармазова, О.М. Романуха – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 257 с.

ІНОЗЕМНА МОВА (АНГЛІЙСЬКА)
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування необхідної комунікативної спроможності у сферах професійного та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах; вдосконалення вмінь та навичок читання, перекладу, письма; вироблення навичок читання та реферування професійної інформації, ведення бесіди з професійної тематики, ділового листування.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
особливостей англійської орфографії та основних правил граматики;
вимог до оформлення та складання ділової документації;
правил усного ділового спілкування;
основних вимог до культури мовлення.

застосування знань і розумінь:
грамотно спілкуватися в межах усного ділового мовлення;
вести переговори та презентації згідно вимог ділового мовлення;
читати тексти фахового і загального характеру англійською мовою і перекладати їх;
укладати та редагувати листи, звіти та ін., точно виражаючи зміст;
складати необхідні види документів;
користуватися необхідною літературою;
заповнювати документацію.

формування суджень:
здатність набуття студентом навичок практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами; одержання оновленої фахової інформації через іноземні джерела;
користування усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики;
переклад з іноземної мови на рідну текстів загальноекономічного характеру;
формування основних вмінь використання знань на практиці під час ведення ділової бесіди або спілкування по телефону в ділових цілях з урахуванням конкретних умов;
ознайомлення з найбільш відомими зразками мовленнєвої поведінки під час проведення ділових зборів, презентацій та переговорів;
ознайомлення з особливостями оформлення найбільш вживаних паперів.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – виступ з основного питання, усна доповідь, доповнення, запитання до того, хто відповідає, рецензія на виступ; участь у дискусіях, інтерактивних формах організації заняття, письмові завдання (тестові, контрольні, реферат), самостійне опрацювання тем, підготовка тез, конспектів навчальних або наукових текстів, систематичність роботи на семінарських заняттях, активність під час обговорення питань (60 балів).

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання: англійська

7. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів – 10</td><td>Галузь знань :
07 «Управління та адміністрування »</td><td colspan="2" rowspan="2">Дисципліна самостійного вибору навчального закладу</td></tr>
<tr><td>Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td rowspan="5">Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 3</td><td>1-й</td><td>1-й</td></tr>
<tr><td>Індивідуальне науково-дослідне завдання</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 300</td><td>1-й , 2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 5
самостійної роботи студента – 5,7</td><td rowspan="8">ступінь:
<u>бакалавр</u></td><td>год.</td><td>4 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні</td></tr>
<tr><td>140 год.</td><td>24 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>160 год.</td><td>272 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання: год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю: екзамен</td></tr>
</table>

8.Викладач

Остапенко С.А., к.п.н, доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Маркетингова діяльність

Тема 1. Робота і відповідальність.

1.1 Читання й говоріння: Маркетинг та маркетингові технології, реклама.
1.2 Самоідентифікація корпорації.
1.3 Створення нових брендів та зміни старих.
1.4 Граматика: Present Simple, прийменники часу, модальні дієслова та вирази.
1.5 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, опис роботи, представлення власних ідей та думок.
1.6 Письмо: написання есе щодо сучасних трендів маркетингу.

Тема 2. У пошуках покупця.

2.1 Читання й говоріння: Вивчення ринку та окремих його сегментів.
2.2 Досьє можливого покупця. Збір інформації. Вивчення ринкових ніш, телефонні опитування.
2.3 Граматика: Present Continuous, обчислювані та необчислювані іменники.
2.4 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, висловлювання своєї думки, способи погодження та заперечення, терміни маркетингового дослідження.
2.5 Письмо: написання доповідей.

Тема 3. Планування маркетингових стратегій

3.1 Читання й говоріння: Складання маркетингових планів.
3.2 Складові маркетингового планування (продукт, ціна, правильне розташування, просування товару до покупця).
3.3 Граматика: Ступені порівняння прикметників та дієприслівників, Present Simple Passive, побудова питальних речень різного типу.
3.4 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, лексика рекламної справи. Письмо: написання електронних повідомлень.

Змістовий модуль 2. Маркетинг у сучасних умовах

Тема 4. Створення реклами

4.1 Читання й говоріння: Моделі рекламної діяльності (модель АІДА).
4.2 Співпраця із рекламними агенціями. Канали впливу реклами. Рейтинги.
4.3 Граматика: Past Simple, used to, побудова питальних речень різного типу.
4.4 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, терміни, пов’язані із дослідженням ринку.
4.5 Письмо: формальні та неформальні електронні листи.

Тема 5. Маркетингові інструменти

5.1 Читання й говоріння: Розповсюдження та розподіл товару.
5.2 Знижки, типи знижок. Політика застосування знижок.
5.3 Граматика: прийменники місця, will, won't, be going to. Прийменники часу.
5.4 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, покупки та продажі.
5.5 Письмо: складання порядку денного наради.

Тема 6. Маркетингові інструменти

6.1 Читання й говоріння: Типи роздрібної торгівлі. Телемаркетинг. Прямий маркетинг.
6.2 Граматика: Past Simple and Present Perfect, числівники, дроби.
6.3 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, ввічлива відмова, способи зустрічної пропозиції.
6.4 Письмо: лист-пропозиція до ділового партнера. Укладання листа-запиту.

Змістовий модуль 3. Комунікація і маркетинг

Тема 7. Політика комунікації у маркетингу

7.1 Читання й говоріння: Комунікація як засіб (інструмент) маркетингу. Комплекс маркетингових комунікацій. Прес релізи.
7.2 Граматика: Reported Speech, модальні дієслова та вирази.
7.3 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу, надання рекомендацій.
7.4 Письмо: написання рекомендаційного листа. Оформлення прес релізу.

Тема 8. Комплекс маркетингових комунікацій

8.1 Читання й говоріння: Спонсорування. Веб-сайти і маркетинг. Відвідування торгівельних ярмарок.
8.2 Граматика: Пасивний стан дієслова, фразові дієслова. Conditional first.
8.3 Лексика: формальна лексика професійного маркетингу.
8.4 Письмо: написання доповіді про відвідання торгівельного ярмарку.

10. Рекомендована література

1. Антонов О. И. Англ. язык для бизнесмена. Учебное пособие / О. И. Антонов. – Тверь : Информпечать, 1991. – 112 с.
2. Богацький І. С., Дюканова Н. М. Бізнес-курс англійської мови / І. С. Богацький, Н. М. Дюканова. – Києв : ТОВ «ВП Логос», 2005. – 352 с.
3. Буданов С. І., Борисова А. О. Business English. Ділова іноземна мова / С. І. Буданов, А. О. Борисова. – Харків : «ТОРСІНГ ПЛЮС», 2005. – 103 с.
4. Гапон Ю. А. Business English. Англійська мова для ділового спілкування. Інтенсивний курс. Навчальний посібник з англійської мови / Ю. А. Гапон. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – 230 с.

5. Данилова З. В., Гулкевич С. П., Сомова А. М. Business English. The Legal environment for business / З. В. Данилова, С. П. Гулкевич, А. М. Соиова. – Тернопіль, 1999. – 180 с.
6. Данилова З. В., Князевська І. Б. Ділова англ. мова /З. В. Данилова, І. Б. Князевська. – Тернопіль, 1998. – 135 с.
7. Дудкина Г. А. и др. Учебник английского языка для делового общения / Г. А. Дудкина. – М. : Аверс, 1991. – 150 с.
8. Котий Г. А., Гюльмисаров В. Р. Деловые письма на английском языке (практическое пособие) / Г. А. Котий, В. Р. Гюльмисаров.– М. : Экзамен, 1999. – 84 с.
9. Лукьянова Н. А. Настольная книга бизнесмена / Н. А. Лукьянова. – М. : Высшая школа, 1993. – 110 с.
10. Хачатурова М. Ф. Англ. язык для деловых контрактов / М. Ф. Хачатурова. – К., 1997. – 165 с.

ФІЛОСОФІЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – увести студентів у сферу формування, функціонування і розвитку духовного виробництва, що продукує знання з основних проблем буття, мислення і пізнання; допомогти студентам самовизначитися в особистих світоглядних позиціях, сформувати соціально-філософську свідомість.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

коротку історію розвитку світової філософської думки і філософської думки в Україні;

предмет, структуру, мету й завдання філософії, як типу світогляду;

специфіки національно-регіональних особливостей філософської думки України;

онтологічні, гносеологічні методологічні й соціальні проблеми філософського знання;

основні функції філософії і її роль у соціумі.

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати загальні та спеціальні методи філософії при здійсненні наукових досліджень;

уміння спеціальні філософські терміни та поняття.

формування суджень:

здатність охарактеризувати основні особливості історичних етапів філософії;

здатність визначити та надавати характеристику різноманітним галузям філософського знання;

здатність обґрунтувати та визначити особливості гуманітарного вивчення.

3. Дисципліна за вибором студента (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; виконання вправ, задач; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		1-й	1-й
		Лекції:	
		52 год.	8 -год
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		13 год.	6 -год
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85 год.	136-год
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 9		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач
Ніколенко К.В., ст. викладач

9.Програма навчальної дисципліни
Модуль №1. Загально-філософське розуміння світу.

1.1. Філософія, коло її проблем.
1.1.1. Уявлення про світогляд.
1.1.2. Предмет філософії.
1.1.3. Функції філософії.

1.2. Історичні типи філософії.
1.2.1. Філософія Античності та Середньовіччя.
1.2.2. Філософія епохи Відродження та Нового Часу.
1.2.3. Німецька класична філософія.

1.3. Філософська думка в Україні.
1.3.1. Філософія Київської Русі.

1.3.2. Філософія України у 15-18 ст.
1.3.3. Філософія 19-21 століть.

1.4. Основні філософські концепції сучасності.
1.4.1. Філософія позитивізму.
1.4.2. Сучасні антропологічні школи філософії.
1.4.3. Філософія марксизму.

1.5. Філософське розуміння світу: буття, матерія.
1.5.1. Поняття про онтологію в філософії.
1.5.2. Матеріальна єдність світу.
1.5.3. Атрибути матерії.

1.6. Філософське розуміння свідомості
1.6.1. Свідомість в історії філософії.
1.6.2. Походження свідомості.
1.6.3. Свідомість та мова.

1.7. Суспільна свідомість та її структура
1.7.1. Об'єктивне та суб'єктивне буття.
1.7.2. Аспекти існування суспільної свідомості.
1.7.3. Форми суспільної свідомості.

Модуль №2. Прикладна філософія.
2.1. Філософія пізнання.
2.1.1. Пізнання як філософська проблема.
2.1.2. Чуттєве та раціональне пізнання та їх форми.
2.1.3. Проблема істини в філософії та науці.

2.2. Філософія наукового пізнання.
2.2.1 Специфіка наукового пізнання.
2.2.2. Співвідношення емпіричного та теоретичного знання.
2.2.3.Форми та методи наукового пізнання.

2.3. Діалектика, її альтернативи, основні закони й категорії.
2.3.1. Діалектика та її альтернативи.
2.3.2. Принципи та закони діалектики.
2.3.3. Найважливіші категорії діалектики.

2.4. Природа як предмет філософського аналізу.
2.4.1. Поняття природи та суспільства.
2.4.2. Проблеми взаємозв'язку природи та суспільства.
2.4.3. Екологічна криза та шляхи виходу з неї.
2.5.Суспільство, як розвиваюча система.
2.5.1. Суспільство як підсистема об'єктивної реальності.
2.5.2. Проблема побудови теоретичної моделі суспільства.
2.5.3.Соціальне пізнання та його специфіка.

2.6.Особистість і суспільство.
2.6.1.Особистість її основні ознаки.
2.6.2.Співвідношення свободи, необхідності та випадковості.
2.6.3. Соціальні ролі особистості.

2.5. Культура й цивілізація.
2.5.1.Поняття культури та цивілізації.
2.5.2.Закономірності культурно-історичного процесу.
2.5.3.Науково-технічний прогрес та розвиток культури.

2.6. Соціальне прогнозування. Глобальні проблеми сучасності.
2.6.1.Поняття соціального прогнозування.
2.6.2. Глобальні проблеми сучасності.
2.6.3.Перспективи соціального розвитку.

10. Рекомендована література

1. Бичко А. К., Бичко І.В., Табачковский В.Г. Історія філософії. – К., 2012.- 593 с.
2. Буслинський В.А. Історія філософії. – Львів, 2010.- 442 с.
3. Горський В.С. Історія української філософіі. – К., 2013. – 282 с.
4. Данильян О.Г., Тараненко В.М. Философия. – М., 2009. – 398 с.
5. Зарудний Э.О. Философия. – К., 2011. – 305 с.
6. Історія філософії. – К., 2012. – 470 с.
7. Историяфилософии. – М., 2009. – 545 с.
8. Ильин В., Машенцев Л. Философия в схемах и комментариях.- С.-П., 2010. – 237 с.
9. Кислюк К.В. Философия (модульный курс). –Харьков, 2009. – 308 с.
10. Кремень В.Г., Ільїн В.В. Філософія. – К., 2010. – 492 с.

СОЦІОЛОГІЯ І ПОЛІТОЛОГІЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – пізнання законів і закономірностей соціальної реальності у зв'язку з закономірностями функціонування політичного життя людини, формування знань про соціальні та політичні фактори життя людей, розуміння політологічних особливостей існування людства.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

поняття та категорії, які розкривають специфіку соціології та сутність соціальних процесів і явищ;

розуміти суспільство як цілісний соціальний організм із властивими йому механізмами розвитку та функціонування;

придбання навичок аналізу соціальних та політичних явищ і процесів, які впливають на соціальну діяльність та поведінку індивідів у суспільстві, що переживає трансформацію

застосування знань і розумінь:

аналізувати взаємодію основних підструктур суспільства, економічних, політичних, правових та інших відносин;. орієнтуватися в питаннях соціальної структури суспільства;

засвоєння і використання знань задля вирішення політичних та соціальних проблем в колективі та суспільстві.

формування суджень:

аналізувати соціальні процеси сучасного українського суспільства, його досягнення і проблеми з використанням конкретно-соціологічних досліджень;

самостійно осмислювати різні теорії в одержанні наукового знання про суспільство, порівнювати різні точки зору і підходи до аналізу соціальних явищ, виразити до них своє ставлення;

використовувати емпіричні методи для проведення соціологічних досліджень з метою вирішення соціальних задач.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов'язкова).

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7.**Опис навчальної дисципліни**

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 6	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	-
Модулів - 2	Напрям підготовки 975 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		1-й	-
		Лекції:	
		52 год.	-
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		13 год.	
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85 год.	-
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 9		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач:
Халілова-Чуваєва Ю.О., к. політології, доц.

9. Програма навчальної дисципліни:

Змістовий модуль 1. Основи соціології.

Тема 1. Соціологія як наука.
1.1. Сутність і зміст соціології; об’єкт і предмет соціології. Макро- та макрорівні соціологічної системи знань. структура та функції соціології.
1.2. «Соціальне» як інтегративна категорія соціології.
1.3. Соціологія в системі гуманітарних наук. Зв'язок соціології з психологією.

Тема 2. Суспільство та людина:

2.1. Поняття, ознаки суспільства, теорії виникнення суспільства. Системний підхід як спосіб пізнання суспільства.
2.2. Типологізація суспільств. Динаміка суспільства: соціальний прогрес і регрес.
2.3. Соціалізація людини: сутність, етапи, механізми, агенти. Формування особистості у процесі соціалізації. Типологія особистості.

Тема 3. Соціологія соціальної структури суспільства.
3.1. Соціальна структура: поняття, елементи та їх характеристика. Макро- та мікроструктура суспільства.
3.2. Соціальна стратифікація: сутність, природа.
3.3. Сутність соціальної мобільності та іі види.

Тема 4. Соціальна взаємодія. Діяльність та поведінка людини.
4.1. Проблема діяльності, активності і поведінки.
4.2. Девіантна поведінка та соціальний контроль. Теорії девіації.
4.3. Соціальна комунікація.

Тема 5. Соціологія родини.
5.1. Сутність родини та шлюбу. Макросоціологічний та мікросоціологічний аналіз сім`ї.
5.2. Структура родини. Історичні форми та типи родини й шлюбу.
5.3. Тенденції та перспективи родинно-шлюбних відносин.

Змістовий модуль 2. Політологічний аналіз суспільства.

Тема 6. Політологія як наука.
6.1. Поняття, об’єкт та предмет політології.
6.2. Понятійно-категоріальний апарат науки. Специфіка законів політології. 6.3. Структура та функції політології.

Тема 7. Політична думка в стародавньому світі і середньовіччі. 7.1. Політична думка Стародавнього Сходу.
7.2. Політичні доктрини античності.
7.3. Християнська політична думка. Аврелій Августин і Фома Аквінський. 7.4. Світська політична думка епохи відродження. Н.Макіавеллі.

Тема 8. Політичні вчення епохи становлення та розвитку буржуазного суспільства.
8.1. Політичні мислителі Нового часу про суспільство, державу, право, суть і цілі політичної діяльності.
8.2. Основні політичні течії: лібералізм, неолібералізм, консерватизм, неоконсерватизм.
8.3. Сучасні політичні напрямки: соціалізм, комунізм, соціал-демократизм, анархізм, націоналізм, клерикалізм, фашизм.

Тема 9. Розвиток зарубіжної політології в ХХ ст.
9.1. Формування та інституціалізація сучасної політичної науки. 9.2.Плюралізм політичних концепцій ХХ ст. Біхевіоризм і його основні парадигми: «силова», «ринкова», «ігрова».
9.3. Технократичні теоріїї середини ХХ ст. Реляціоністська концепція влади і три її основних напрямки – теорія опору, обміну ресурсами і поділу зон впливу.

Тема 10. Історія розвитку політичної думки в Україні.
10.1. Політичні ідеї періоду Київської Русі. Генеза політичної думки в Україні в ХУІ-ХУІІ ст.
10.2. Основні напрямки розвитку політичної думки в ХІХ ст. Кирило-Мефодіївське товариство і його ідеї державно-політичного устрою суспільства.
10.3. Політичні концепції М.Драгоманова, І.Франка, М.Грушевського, В. Липинського.
10.4. Пошуки шляхів розв'язання національної проблеми: національно-політичні доктрини кінця ХІХ – початку ХХІ ст.

Тема 11. Політика та політична діяльність.
11.1. Політика як суспільне явище. Виникнення і природа політики, різноманітність підходів до її визначення.
11.2. Властивості, структура, функції політики, її взаємодія з іншими сферами життя.
11.3. Політичні відносини як процес узгодження суспільних інтересів. Поняття, типологія і форми політичної діяльності. Депутатська діяльність.. 11.4. Політичний маркетинг. Політичний менеджмент.

Тема 12. Політична влада.
12.1. Поняття і суть влади. Основні концепції влади: біхевіористська, реляціоністська, психологічна, марксистська.
12.2. Ресурси влади і їх типологія. Характеристики політичної влади.
12.3. Поняття і типи легітимності влади. Концептуальні моделі організації влади у сучасному суспільстві (теорія політичної модернізації, меритократії, всесвітнього суспільства).

10. Рекомендована література:

1. Социология. Учебное пособие для студентов всех специальностей дневной и заочной формы обучения / Рыбакова В.В., Андриенко Л.К., Крюкова Е.В., Давыденко Э.Н. – Донецк : Дон НУЭТ, 2006. – 204 с.
2. Соціологія: навч. посіб.: кредит.-модул. курс (для студ. нефіл. спец.); за ред.. Л.М.Нікітіна. – Донецьк:Дон НУЕТ, 2010. – 198 с.

3. Соціологія. Кредитно-модульний курс (плани семінарських занять) для студентів денної форми навчання / Л.К. Андрієнко, Е.М. Давиденко, О.В. Крюкова, [та ін.]; за ред. В.В.Рибакова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. . – 32 с.
4. Соціологія: плани семінарських занять для студентів денної та заочної форм навчання / В.В. Рибаков, Л.К. Андрієнко, В.А. Кулєшова. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – 42 с.
5. Піча В.М., Хома Н.М. Політологія. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів освіти. 5-те вид., виправ. і допов. – Львів : «Магнолія», 2008. – 304 с.
6. Шляхтун П.П. Політологія: історія та теорія : Підручник / П.П. Шляхтун. – К. : Центр учбової література, 2010. – 472 с.
7. Юрій М.Ф. Основи політології : Навч. посібник. – К. : Кондор, 2009. – 340 с.
8. Вступ до політології. Кредитно-модульний курс: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. Л.М. Нікітіна. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 211 с.
9. Халилова-Чуваева Ю.А., Лавлинский Р.А. Политология. Учебно-методическое пособие для студентов всех форм обучения.(Кредитно-модульный курс, издание второе, дополненное). – Донецк: ДонНУЭТ, 2011. – 110 с.
10. Політологічний енциклопедичний словник. – К., 2002. – 594 с.

ДІЛОВА УКРАЇНСЬКА МОВА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни: на основі теоретичних досліджень про особливості функціонування української мови у діловій, науковій та виробничо-професійній сфері сформувати знання і вміння, які дозволять грамотно складати, редагувати й перекладати професійні тексти, виробити навички нормативного володіння усною і писемною формами ділового мовлення з метою реалізації фахових комунікативних завдань.

2. Перелік професійних компетенцій, яких повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

правила використання різних мовних засобів відповідно до комунікативних намірів; прийоми висловлення думки для успішного розв'язання проблем і завдань у професійній діяльності; особливості сприйняття, відтворення, редагування текстів офіційно-ділового й наукового стилів;

норми сучасної української літературної мови та способи їх реалізації в комунікативній діяльності;

роль стилів мови у сучасному суспільстві й вимоги до культури професійного спілкування;

особливості фонетичної, графічної, граматичної і лексичної систем української мови;

застосування знань і розумінь:

уміти складати документи різних видів,

уміти сприймати, розуміти, перекладати та створювати наукові тексти професійного спрямування,

уміти підготувати доповідь, виступ, складати план, конспект, реферат тощо, робити необхідні нотатки, виписки відповідно до поставленої мети;

уміти послуговуватися лексикографічними джерелами та іншою допоміжною довідковою літературою, необхідною для самостійного вдосконалення мовної культури.

формування суджень:

здатність оцінити орфографічну, лексичну, граматичну та стилістичну нормативність фахового тексту та окремих його одиниць;

здатність сформулювати власне судження щодо глибинних процесів та явищ у мові і мовній політиці;

здатність оцінити рівень мовної компетенції – власної та інших учасників комунікативного процесу;

здатність сформулювати та обґрунтувати рекомендації щодо вдосконалення і коректування письмових текстів та різних видів усного публічного мовлення;

здатність обґрунтувати механізми ефективного досягнення комунікативної мети за допомогою вербальних і невербальних засобів спілкування.

3. Дисципліна самостійного вибору навчально закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; виступ із доповіддю, повідомленням; захист рефератів; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

Українська

7.Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів: 5</td><td>Галузь знань :
07 «Управління та адміністрування »</td><td colspan="2" rowspan="2">Дисципліна самостійного вибору навчального закладу</td></tr>
<tr><td rowspan="7">Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 2</td><td colspan="2">1-й</td></tr>
<tr><td>Індивідуальне науково-дослідне завдання</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин: 150</td><td>2-й</td><td>2-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 4
самостійної роботи студента - 5</td><td rowspan="8">Ступінь:
“Бакалавр”</td><td>год.</td><td>2 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>60 год.</td><td>12 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>- год.</td><td>- год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>90 год.</td><td>136 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання: - год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю: екзамен</td></tr>
</table>

8. Викладач

Шапран Д.П., к.ф.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Законодавчі та нормативно-стильові основи ділового спілкування.

Тема 1. Державна мова – мова ділового спілкування. Основи культури ділової української мови.

1.1. Предмет і завдання курсу «Ділова українська мова».
1.2. Поняття «мовна система», «мовна норма», «форми національної мови». Функції мови.
1.3. Мовне законодавство та мовна політика в Україні.
1.4. Текст як форма реалізації мовленнєво-професійної діяльності.
1.5. Функціональні стилі української мови та сфери їх застосування. Основні ознаки функціональних стилів. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів.
1.6. Найтиповіші граматичні, стилістичні та лексичні помилки, що зустрічаються у ділових текстах.
1.7. Лексичні засоби української мови з погляду походження та вживання. Фразеологія як підсистема лексичної системи мови.
1.8. Правопис слів іншомовного походження.
1.9. М’який знак, апостроф у словах слов’янського походження.
1.10. Чергування голосних і приголосних звуків.
1.11. Правопис префіксів, суфіксів, подвоєння та подовження приголосних. Зміни приголосних.
1.12. Правопис та відмінювання прізвищ слов’янського походження.
1.13. Правопис та відмінювання імен та по батькові.

Тема 2. Ділові папери як засіб писемної комунікації.

2.1**.** Класифікація документів. Національний стандарт України. Вимоги до змісту та розташування реквізитів.
2.2**.** Резюме. Автобіографія.
2.3**.** Характеристика.
2.4**.** Етикет ділового листування. Класифікація листів. Реквізити листа та їх оформлення. Рекомендаційний лист. Лист-подяка. Лист-прохання.
2.5.Заява. Види заяв.
2.6. Довідка. Службова записка.
2.7. Протокол. Витяг з протоколу.
2.8. Граматичні засоби релевантного відтворення комунікативних намірів текстів офіційно-ділової та професійної сфери спілкування. Вживання прийменникових лексико-синтаксичних конструкцій ділового стилю.

Тема 3. **Спілкування як інструмент професійної діяльності.**
3.1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування. Види і форми спілкування. Інтернет-спілкування.
3.2. Гендерні аспекти спілкування.
3.3. Невербальні засоби спілкування.
3.4. Поняття ділового спілкування. Мовна, мовленнєва, комунікативна професійна компетенція.
3.5. Комунікативні ознаки культури мовлення.
3.6. Мовний етикет. Стандартні етикетні ситуації. Парадигма етикетних мовних формул.
3.7. Форми колективного обговорення професійних проблем.
3.8. Основні види публічних виступів. Риторика і мистецтво презентації.

Змістовий модуль 2. Наукова комунікація як складова професійної діяльності

Тема 4. Українська термінологія в професійному спілкуванні
4.1. Історія і сучасні проблеми української термінології.
4.2. Теоретичні засади термінознавства та лексикографії. Термін та його ознаки. Термінологія як система. Термінологія обраного фаху.
4.3. Способи творення термінів.
4.4. Нормування, кодифікація і стандартизація термінів. Українські електронні термінологічні словники.

Тема 5. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні
5.1. Становлення і розвиток наукового стилю української мови.
5.2. Науковий текст як форма реалізації мовленнєво-професійної діяльності. Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки. Мовні засоби наукового стилю.
5.3. Аналіз фонетико-орфографічних особливостей наукових текстів.

Тема 6. Оформлювання результатів наукової діяльності.
6.1. План, тези, конспект як важливий засіб організації розумової праці.
6.2. Анотування і реферування наукових текстів.
6.3. Основні правила бібліографічного опису джерел, оформлювання посилань.
6.4. Жанри наукових текстів (реферат, стаття, курсова, бакалаврська роботи, рецензія, відгук).
6.5. Науковий етикет.
6.7. Форми і види перекладу.
6.8. Типові помилки у змісті й будові наукових висловлювань.

10.Рекомендована література

1. Загнітко А.П. Українське ділове мовлення: фахове і нефахове спілкування / А.П. Загнітко, І.Г. Данилюк. – Донецьк: ТОВ ВКФ БАО, 2010. – 480 с.

2. Мацнєва Є.А. Мовне оформлення документів. Навчальний посібник для усіх спеціальностей заочної форми навчання / Є.А.Мацнєва. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 104 с.
3. Кобзар І.М. Українська мова (за проф. спрямуванням). Метод. рек. для підготовки та написання реферату / І.М.Кобзар. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 27 с.
4. Конспект лекцій з «Ділової української мови» для студентів усіх спеціальностей. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – 130 с.
5. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К.: Алерта, 2011. – 696 с.
6. Український правопис / НАН України, Ін-т мовознавства ім. О.О.Потебні; Ін-т української мови – стереотип. вид. – К: Наукова думка, 2003. – 240 с.
7. Шапран Д.П. Українська мова за професійним спрямуванням: методичні вказівки для підготовки до практичних занять. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – 40 с.
8. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підруч. / Ф.С. Бацевич. – К. : ВЦ «Академія», 2004.
9. Глущик С.В. Сучасні ділові папери: навч. посіб. / С.В. Глущик, О.В. Дияк, Довідник з культури мови. / За ред. С.Я.Єрмоленко. – К.:Вища школа, 2005. – 399 с.
10. Загнітко А.П. Словник-довідник маркетингової термінології: навч.-довід. вид. для студ. екон. спец. усіх форм навчання / А.П. Загнітко, Д.П. Шапран, І.Х. Баширов. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 160 с.

ПОЛІТИЧНА ЕКОНОМІЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни - формування ґрунтовних знань про економічну систему суспільства, законів її функціонування і розвитку для розуміння чинників зародження, утворення і напрямів розвитку сучасних соціально-економічних систем, їх спроможності задовольнити потреби людей.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основних економічних законів, категорій й понять;

методологічних основ розвитку економічних систем;

загальнотеоретичних закономірностей: формування сучасних моделей розвитку економічних систем, трансформації відносин власності, сучасного розвитку товарно-грошових відносин;

закономірностей функціонування галузевих капіталів;

основних видів державної політики (її методів та інструментів) й сучасних міжнародних економічних відносин.

застосування знань і розумінь:

вміння аналізувати економічні явища та процеси, які відбуваються на різних рівнях економічної системи суспільства;

вміння вивчати та оцінювати стан соціально-економічних відносин на підприємстві, в окремій галузі, на рівні суспільства;

вміння визначити істотні риси основних соціально-економічних систем та напрями їх еволюції, порівнювати та об’єктивно оцінювати різні системи соціально-економічних відносин, моделі розвитку економічних систем, їх переваги та недоліки;

вміння аналізувати соціально-економічні наслідки урядових рішень, що впроваджуються в життя;

формування суджень:

здатність науково обґрунтувати загальні основи та пояснювати явища і процеси економічного життя суспільства;

здатність з’ясувати методологічні основи механізму дії економічних законів та механізму їх застосування у господарській діяльності;

здатність застосовувати політекономічні знання у виробленні шляхів формування, трансформації і розвитку соціально-орієнтованої сталої економічної системи суспільства.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова)**.**

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		1-й	1-й
		Лекції:	
		52 год.	8-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		13 год.	6-год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	85 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 6,5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач
Проданова Л.В., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Загальні засади теорії економічного розвитку суспільства.

Тема 1. Предмет і метод політичної економії
1.1. Історія виникнення і розвитку політичної економії. Основні школи і течії.
1.2. Предмет і функції політичної економії.
1.3. Основні методи дослідження соціально-економічного процесу.

Тема 2. Виробництво матеріальних благ і послуг. Продукт і характер праці
2.1. Виробництво як процес суспільної праці.
2.2. Фактори виробництва. Проблема оптимальної комбінації факторів виробництва, виробнича функція, крива виробничих можливостей.
2.3. Зміни у змісті і характері праці.
2.4. Економічна ефективність і її показники.

Тема 3. Економічні потреби та інтереси
3.1. Сутність потреб і їх класифікація.
3.2. Економічний закон зростання потреб.
3.3. Економічні інтереси, їх класифікація та взаємодія.
3.4. Мотиви та стимули ефективного господарювання.

Тема 4. Соціально-економічний устрій суспільства. Економічна система і закони її розвитку
4.1. Формаційний та цивілізаційний підходи до періодизації суспільного розвитку
4.2. Економічна система, її сутність, цілі й основні структурні елементи. Типи економічних систем.
4.3. Власність, її сутність, форми і місце в економічній системі.
4.4. Реформування відносин власності.

Тема 5. Товарна форми організації суспільного виробництва. Товар і гроші
5.1. Форми організації суспільного виробництва.
5.2. Товар і його властивості. Альтернативні теорії вартості.
5.3. Функції грошей та їхня еволюція.
5.4. Закони розвитку товарного виробництва.

Тема 6. Капітал: процес виробництва і нагромадження. Наймана праця і заробітна плата
6.1. Капітал як економічна категорія товарного виробництва
6.2. Перетворення грошей в капітал. Первісне нагромадження капіталу.
6.3. Кругообіг і оборот промислового капіталу. Нагромадження капіталу.
6.4. Соціально-економічна природа заробітної плати, її форми і системи.

Тема 7. Галузеві особливості виробництва і функціонування капіталу. Форми прибутку, процент і рента
7.1. Позичковий капітал і позичковий процент
7.2. Земельна рента, її сутність, види і механізм.
7.3. Ринок земельних ресурсів. Ціна землі.

Змістовий модуль 2. Теоретичні основи ринкової економіки.

Тема 8. Ринок: сутність, функції. Моделі ринків. Конкуренція та ціноутворення
8.1. Ринок як форма організації суспільного виробництва.
8.2. Механізм функціонування ринку.
8.3. Інфраструктура ринку.
8.4. Конкуренція і моделі ринків.

Тема 9. Домогосподарство в системі економічних відносин
9.1. Домогосподарства як суб'єкт регульованих ринкових відносин.
9.2. Доходи та витрати домогосподарств.

Тема 10. Підприємство як товаровиробник. Валовий дохід і прибуток
10.1. Сутність підприємництва та умови його існування. Організаційно-правові форми підприємництва
10.2. Підприємство як суб'єкт економічної системи.
10/3. Витрати виробництва, їхня сутність та класифікація.
10.4. Прибуток та теорії прибутку.

Тема 11. Суспільне відтворення. Суспільний продукт і його основні форми
11.1. Зміст, види та пропорції суспільного відтворення.
11.2. Теоретичні моделі суспільного відтворення.
11.3. Суспільний продукт і його форми.

Тема 12. Економічний розвиток. Зайнятість, відтворення робочої сили та їх регулювання державою
12.1 Економічне зростання та економічний розвиток.
12.2. Концепції та найпростіші моделі економічного зростання.
12.3. Сутність і форми зайнятості.
12.4. Розширене відтворення робочої сили та вплив на нього держави.

Тема 13. Господарський механізм та економічні функції держави
13.1.Об'єктивна необхідність державного регулювання економіки.
13.2. Напрями і функції державного регулювання.

Тема 14. Сучасні економічні системи. Особливості розвитку перехідних економік
14.1. Сутність і закономірності еволюційного переходу економічної системи до наступного типу.
14.2. Перехідні системи: зміст і основні риси.
14.3. Концепції переходу постсоціалістичних країн до ринкової економіки.

14.4. Формування інституційних та економічних умов переходу країн до нової системи господарювання.

Тема 15. Суть і структура світового господарства. Економічні аспекти глобальних проблем

15.1. Світове господарство і його структура
15.2. Міжнародний поділ праці та інтернаціоналізація економіки.
15.3. Форми міжнародних економічних відносин
15.4. Причини виникнення і сутність глобальних проблем.
15.5. Взаємопов'язаність і передумови вирішення глобальних проблем.

10.Рекомендована література

1. Андрусь О. І. Економічна теорія: практикум. Інтерактивні методи в модульному навчанні : навч. посіб. / О. І. Андрусь. – К. : КНТ, 2008. – 480 с.
2. Бєляєв О. О. Політична економія : навч. посіб. / О. О. Бєляєв, А. С. Бебело. – К. : КНЕУ, 2001. – 328 с.
3. Білецька Л. В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : Навч. посіб. / Л. В. Білецька, О. В. Білецький. В. І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 652 с.
4. Башнянин Г. І. Політична економія. Загальна економічна теорія. Спеціальна економічна теорія : підруч. / Г. І. Башнянин, П. Ю. Лазур, В. С. Медведєв. – К. : Ніка-Центр Ельга, 2000. – 526 с.
5. Борисов Е. Ф. Экономика : учеб. пособие. / Борисов Е. Ф. – М. : Юридическая фирма «Контракт» : ИНФРА-М, 2012. – 256 с.
6. Горожанкіна М. Є. Основи економічної теорії: політична економія: навч. посіб. / М. Є. Горожанкіна, В. В. Капильцова, В. В. Приходько. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 628 с.
7. Гукасьян Г. М. Экономическая теория: ключевые вопросы : учеб. пособие / Г. М. Гукасьян. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 224 с.
8. Мочерний С. В. Політекономія : підруч. / С. В. Мочерний. – 2-ге вид., випр. – К. : Вікар, 2005. – 386 с.
9. Основи економічної теорії : навч. посіб./ за ред. Козака Ю. Г., Шаповал С. С. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 264 с.
10. Політична економія : підручник / наук. редактор Л. І. Дмитриченко. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2012. – 712 с.

МАТЕМАТИКА ДЛЯ ЕКОНОМІСТІВ: ВИЩА МАТЕМАТИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування у майбутніх спеціалістів базових математичних знань для розв'язування задач у професійній діяльності, вмінь аналітичного мислення та математичного формулювання виробничих задач.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

виконання дій над векторами, матрицями, обчислення визначників;

розв'язування систем лінійних рівнянь; дослідження форм і властивостей прямих та площин;

дослідження функції за допомогою диференціального числення;

здійснення інтегральних числень; дослідження числових та степеневих рядів;

розв'язування диференціальних рівнянь першого та вищих порядків;

основні поняття теорії ймовірностей, моделі повторних випробувань;

основи математичної статистики, елементи дисперсійного аналізу.

застосування знань і розумінь:

володіти основами математичного апарату, необхідними для ефективного вивчення інших дисциплін;

аналізувати та формулювати постановку задачі з використанням математичних та статистичних методів;

розв'язувати типові задачі в межах вивченого програмного матеріалу;

використовувати у практичній діяльності набутих знань щодо застосування математичних і статистичних методів для дослідження професійних задач;

самостійно працювати з навчально-методичною літературою і використовувати необхідні програмні продукти для аналізу і розв'язування професійних задач;

сформулювати реальну прикладну задачу і побудувати її математичну модель на базі набутих математичних знань;

розв'язувати практичні задачі математичними методами.

формування суджень:

здатність аналізувати, виділяти головне, робити висновки;

здатність обґрунтувати висновки;

здатність проводити оцінки;

здатність виробляти алгоритми.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – модульна робота, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
Українська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	**Характеристика навчальної дисципліни**	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу. Обов`язкова.	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		1-й	1-й
		Лекції:	
		26 год.	8 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 7,5		98 год.	136 год.
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		екзамен	

8. Викладач
Фортуна В.В., к.ф-м.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль І. Елементи лінійної алгебри і аналітичної геометрії. Границі функції. Диференціальне числення функції однієї та багатьох змінних

Тема 1. Визначники. Властивості визначників. Елементи теорії матриць.

1.1. Поняття прямокутної матриці. Види матриць. Дії з ними.

1.2. Визначники другого та третього порядку

1.3. Визначники n-го порядку та їх властивості. Розклад визначників за елементами рядків та стовпців

Тема 2. Загальна теорія систем лінійних рівнянь.

2.1. Правило Крамера для розв′язування систем лінійних рівнянь.

2.2. Розв′язування систем лінійних рівнянь за допомогою оберненої матриці.

2.3. Поняття та знаходження рангу матриці. Умови сумісності й визначеності систем n-лінійних рівнянь з m невідомими.

2.4. Розв′язування систем лінійних рівнянь методом Гаусса.

2.5. Загальний та частинний розв′язок систем лінійних рівнянь. Однорідні системи лінійних рівнянь, базисні розв’язки.

2.6. Приклади економічного застосування. Лінійна модель міжнародної торгівлі

Тема 3. Елементи векторної алгебри. Елементи аналітичної геометрії на площині і в просторі.

3.1. Поняття векторів та дії з ними.

3.2. Скалярний, векторний, мішаний добутки векторів.

3.3 Лінійна залежність та незалежність векторів. Базис. Розклад вектора за базисом.

3.4. Пряма лінія на площині. Різні види рівняння прямої

3.5. Лінії другого порядку

3.6. Простір товарів. Вектор цін.

Тема 4. Границя числової послідовності, границя функції.

4.1 Границя послідовності, границя функції.

4.2. Нескінченно малі та нескінченно великі величини.

4.2.Основні теореми про границі послідовностей та функцій.

4.3. Розкриття невизначностей. Перша та друга визначні границі.

4.4. Неперервність функції. Розриви функцій.

4.5. Павутинна модель ринку

Тема 5. Похідна і диференціал функції.

5.1. Задачі, які приводять до поняття похідної.

5.2. Похідна,її геометричний, механічний та економічний зміст. Дотична до кривої. Правила диференціювання. Похідні основних елементарних функцій.

5.3. Знаходження похідних різних функцій.

5.4. Диференціал функції. Інваріантність форми диференціала. Застосування диференціала для наближених обчислень.

5.5. Теореми про диференціювання функції.

5.6. Застосування похідної в економічних дослідженнях.

Тема 6. Застосування похідної
6.1.Дослідження функції однієї змінної та побудова її графіку.
6.2. Знаходження найбільших (найменших) значень функції.
6.3. Правило Лопіталя.
6.4. Зстосування методів дослідження функції в економіці

Тема 7. Похідна і диференціал функції багатьох змінних.
7.1. Частинні та повний прирости функцій
7.2. Частинні похідні функцій. Повний диференціал.
7.3. Похідна за напрямом. Градієнт функції
7.4. Необхідна і достатня умови екстремуму.
7.5. Найбільше та найменше значення функцій у замкненій області.
7.6. Розв′язування економічних прикладів.

Змістовий модуль II. Інтегральне числення. Диференціальні рівняння. Ряди

Тема 8. Первісна. Невизначений інтеграл. Властивості.
8.1 Первісна функція. Невизначений інтеграл. Таблиця невизначених інтегралів
8.2. Методи інтегрування заміною та частинами. Метод безпосереднього інтегрування.
8.3.Інтегрування раціональних дробів.

Тема 9. Визначений інтеграл. Властивості. Застосування.
9.1. Означення визначеного інтеграла. Властивості визначеного інтеграла. . Визначений інтеграл зі зміною верхньою межею та його похідна.
9.2. Методи заміни та інтегрування частинами у визначеному інтегралі.
9 3. Геометричне застосування визначених інтегралів.
9 4. Наближені обчислення визначеного інтеграла.
9 5. Невласні інтеграли.
9.6. Економічні застосування визначених інтегралів.

Тема 10. Диференціальні рівняння
10.1. Задачі, що приводять до диференціальних рівнянь. Основні поняття. Задача Коші.
10.2 Диференціальні рівняння I порядку: з відокремлюваними змінними, однорідні, лінійні. Рівняння Бернуллі.

Тема 11. **Диференціальні рівняння II і вищих порядків.**
11.1Диференціальні рівняння вищих порядку, що допускають зниження порядку.
12.2 Лінійні диференціальні рівняння другого порадку із сталими коефіцієнтами. Загальний та частинний розв′язки.
12.3. Застосування диференціальних рівнянь для моделювання економічних процесів.

Тема 12. Числові ряди.
12.1 Необхідна ознака збіжності. Достатні ознаки збіжності знакододатних рядів.
12.2Числові ряди із знаками, що чергуються. Умовна і абсолютна збіжність. Ї

Тема 13.Степеневі ряди.
13.1. Теорема Абеля. Радіус збіжності. Область збіжності степеневого ряду
13.2. Розвинення функції у степеневий ряд. Ряди Тейлора і Маклорена. 13.3. Застосування рядів у наближенних обчисленнях..

10. Рекомендована література

1. Фортуна В.В. Вища та прикладна математика/В.В. Фортуна, О.І. Бескровний. – Л.: Магнолія 2006, 2013. – 647 с.
2. Лавріненко Н.М.Фортуна В.В. Математика жля економістів (вища математика) / Н.М. Лавріненко, В.В. Фортуна, О.І. Бескровний. – Донецьк.: ДонНУЕТ, 2011. – 187 с.
3. Грисенко М.В. Математика для економістів. Методи й моделі, приклади й задачі: навчальний посібник. – К.: Либідь, 2007.- 720 с.
4. Валеев К.Г. Вища математика: навчальний посібник / К.Г. Валеев. – К.: КНЕЦ, 2008. – 347 с.
5. Васильченко І.П. Вища математика для економістів: підручник / І.П. Васильченко. – К.: Знання-Прес, 2002. – 454 с.
6. Выгодский М.Я. Справочник по высшей математике / М.Я. Выгодский. – М.: Наука, 2003. – 870 с.
7. Дубовик В.П. Вища математика: навчальний посібник / В.П. Дубовик, І.І. Юрик. – К.: Вища школа, 2006. – 487 с.
8. Каплан И.А. Практические занятия по высшей математике. Ч. 1: Аналитическая геометрия на плоскости и пространстве: учеб. пособие для вузов / И.А. Каплан. – 5-е изд., стер. – Х.: Харьк. ун-т, 1973. – 203 с.
9. Каплан И.А. Практические занятия по высшей математике. Ч. 2: Дифференциальное исчисление функций одной и многих независимых переменных: учеб. пособие для высш. шк. / И.А. Каплан. – 5-е изд. – Х.: Харьк. ун-т, 1973. – 367 с.
10. Каплан И.А. Практические занятия по высшей математике. Ч. 3: Интегральное исчисление функции одной независимой переменной. Интегрирование дифференциальных уравнений / И.А. Каплан. – Х.: Вища школа, 1974. – 374 с.

МАКРОЕКОНОМІКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – вивчення теоретичних та практичних аспектів функціонування економічної системи макрорівня та її агрегатів, макроекономічних параметрів, аналіз основних теоретичних шкіл та поглядів на макроекономічне регулювання, сучасних проблем розвитку національної економіки.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основних понять, категорій та інструментарію макроекономічного аналізу;

основних особливостей провідних шкіл макроекономічного напряму; методології дослідження функціонування і розвитку національної економіки та її окремих секторів, методів і прийомів аналізу економічних процесів з допомогою стандартних графічних моделей макроекономіки;

природи макроекономічних проблем та механізмів їх вирішення, закономірностей ринкового механізму макроекономічних процесів та механізму державного регулювання економіки.

застосування знань і розумінь:

вміти аналізувати у взаємозв'язку економічні явища, процеси, функціонування інститутів на макрорівні;

вміти інтерпретувати дані національної статистики про соціально-економічні явища;

вміти будувати на основі опису ситуації стандартні графічні макромоделі;

вміти аналізувати і змістовно інтерпретувати одержані результати на основі понять і показників предметної області курсу;

вміти аналізувати взаємозв'язки та мотиви рішень агентів національної економіки;

вміти аналізувати основні макроекономічні проблеми (безробіття, інфляція, циклічний розвиток, економічне зростання та ін.)

формування суджень:

здатність практичного застосування ключових аналітичних технік для оцінки стану та перспектив економічної системи макрорівня, національної економіки;

здатність визначити, охарактеризувати елементи механізму функціонування та розвитку національної економіки;

здатність обґрунтувати та визначити механізм ефективного державного регулювання економіки;

здатність на основі системного підходу визначати та оцінювати наслідки впливу різноманітних факторів макроекономічних процесів (економічного зростання, циклічного розвитку).

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	**Характеристика навчальної дисципліни**	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу. Обов`язкова.	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		2-й	2-й
		Лекції:	
		60 год.	8 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 самостійної роботи студента – 5		75 год.	136 год.
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		екзамен	

8. Викладач
Проданова Л.В., д.е.н., професор.

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Макроекономіка як наука: предмет і методи аналізу.

Тема 1. Вступ до макроекономіки: предмет і метод

1.1. Економічна система (макрорівня) як об'єкт макроекономічного аналізу (класифікація, різновиди). Предмет макроекономіки. Функціїї макроекономічної науки.

1.2. Методи макроекономічного аналізу. Макроекономічне моделювання. Модель економічного кругообігу.

Тема 2. Система національного рахівництва і макроекономічні показники

2.1. Сутність та основні принципи побудови національного рахівництва і системи національних рахунків (СНР).

2.2. Валовий внутрішній продукт (ВВП) як центральний показник СНР. Методи визначення ВВП.

2.3. Показники «валовий національний дохід», «валовий національний дохід у розпорядженні», «чистий валовий продукт» і «чистий національний дохід».

2.4. Номінальні і реальні показники продукту і доходу макрорівня. Індекси цін та методи їх визначення. Показники динаміки продукту і доходу.

Тема 3. Товарний ринок

3.1. Національний ринок та його структура.

3.2. Товарний ринок макрорівня: суб'єкти, об'єкти, основні параметри, елементи механізму.

3.3. Сукупний попит: сутність, структура, фактори динаміки, графічна інтерпретація (крива AD).

3.4. Скупна пропозиція: сутність, фактори, графічна інтерпретація (крива AS). Класичний і кейнсіанський підходи до аналізу сукупної пропозиції.

3.5. Рівновага товарного ринку, її порушення і відновлення: графічна модель AD-AS.

Тема 4. Ринок праці

4.1. Основні макростатистичні категорії населення для аналізу джерел формування робочої сили. Види безробіття та причини їх виникнення.

4.2. Ринок праці: суб'єкти, об'єкти, основні елементи механізму. Попит та пропозиція праці.

4.3. Механізм функціонування та рівноваги ринку праці: неокласичний та кейнсіанський підходи.

4.5. Соціально-економічні наслідки безробіття. Закон А.Оукена.

Тема 5. Ринок грошей та інфляційний механізм

5.1 Ринок грошей: сутність, основні елементи механізму.

5.2. Пропозиція грошей: сутність та основні складові. Грошові агрегати та

агрегатна структура грошової маси.
5.3. Попит на гроші: сутність та структура. Класичний та кейнсіанські підходи до визначення структури попиту на гроші.
5.4. Механізм функціонування та рівноваги ринку грошей.
5.5. Інфляція (дефляція) як макроекономічне явище: сутність, чинники, різновиди, соціально-економічні наслідки.
5.6. Крива А.Філіпса: графічна інтерпретація та кількісна визначеність.

Тема 6. Споживання домогосподарств і приватні інвестиції у системі сукупних витрат
6.1. Споживчі витратияк складова сукупних витрат. Функція споживання.
6.2. Диференціація доходів населення: методи і показники аналізу.
6.3. Заощадження. Функція заощаджень.
6.4. Інвестиційні витрати як складова сукупних витрат. Функція інвестиційних витрат. Модель акселератора.

Тема 7. Сукупні витрати і рівноважний обсяг національного виробництва (ВВП).
7.1. Загальні умови рівноваги національної економіки. Метод «витрати- випуск». Метод «вилучення-ін'єкції».
7.2. Мультиплікатор автономних витрат: сутність та кількісна визначеність.
7.3. Рівноважний об'єм виробництва в умовах повної зайнятості. Рецесійний та інфляційний «розриви».

Змістовий модуль 2. Механізм формування економічної політики держави.
Тема 8. Держава в системі макроекономічного регулювання.
8.1. Обмеженість ринкового механізму і необхідність державного втручання в економіку. Основні економічні функції держави.
8.2. Теорії макроекономічного регулювання: кейнсіанство, монетаризм, теорія економіки пропозиції, теорія раціональних очікувань.
8.3. Економічна політика держави: сутність, напрями, методи, інструменти, важелі, форми.

Тема 9. Бюджетно-податкова (фіскальна) політика держави та її механізм
9.1. Бюджетно-податкова (фіскальна) політика держави: сутність, мета, важелі, механізм.
9.2. Мультиплікатори державних закупівель,чистих податків, збалансованого бюджету.
9.3. Різновиди фіскальної політики (фіскальна експансія, фіскальна рестрикція, дискреційна та недискреційна фіскальна політика).
9.4. Бюджетна функція фіскальної політики. Державний бюджет і державний борг.
9.5. Проблеми реалізації фіскальної політики.

Тема 10. Грошово-кредитна (монетарна) політика та її механізм

10.1. Кредитно-грошова (монетарна) політика держави: сутність, мета (стратегічні та тактичні, проміжні цільові орієнтири), інструменти (важелі).

10.2. Механізм кредитно-грошової політики: мультиплікативні ефекти (депозитний та грошовий мультиплікатори).

10.3. Різновиди монетарної політики (монетарна експансія, монетарна рестрикція).

Переваги та недоліки кредитно-грошової політики.

Тема 11. Загальна рівновага «закритої змішаної економіки»

11.1. Макроекономічна рівновага національного ринку. Взаємодія ринків: модель IS – LM.

11.2. Використання моделі IS – LM для оцінки відносної ефективності бюджетно-податкової та грошово-кредитної політики.

Тема 12. Модель «відкритої економіки». Зовнішньоекономічна діяльність

12.1. Національна економіка з урахуванням решти світу: основні теорії.

12.2. Платіжний баланс: структура, показники стану. Зовнішньоторговельна політика: основні напрями, методи і важелі.

12.3. Валюта і валютний курс. Валютна політика: режими валютних курсів, методи і важелі.

12.4. «Чистий експорт» і ВВП. Мультиплікатор «чистого експорту».

12.5. Модель Манделла-Флемінга як теоріясукупного попиту у відкритій економіці.

Тема 13. Економічна динаміка

13.1. Економічні цикли: сутність, структура, різновиди та причини.

13.2. Економічне зростання та економічний розвиток: сутність, фактори, різновиди.

13.3. Моделі економічного зростання та розвитку.

13.4. Макроекономічна політика економічного зростання й соціально-економічного розвитку.

10. Рекомендована література

1. Базилевич В.Д. Макроекономіка: Підручник для вузів/ К.С.Базилевич, Л.О.Баластрик; за ред. В.Д.Базилевича. – 3-тє вид. – К.: Знання, 2006. – 624 с.
2. Задоя А.А. Макроэкономика: Учебник/ А.А.Задоя, Ю.Е.Петруня. – К.: О-во «Знання», КОО, 2006. – 368 с.
3. Калініченко О.В. Макроекономіка. Практикум: Навч. посіб./ О.В.Калініченко, О.Д.Плотник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 656 с.
4. Макроэкономика : учебник / А.В.Аносова, И.А.Ким, С.Ф.Серёгина [и др.]; под ред. С. Ф. Серёгиной. – М. : Юрайт, 2011. – 526 с.
5. Макроекономіка та макроекономічна політика: Навч. посіб./ А.Ф.Мельник, Т.Л.Желтюк, О.В.Дугопольський, О.В.Панухник; наук. ред.

А.Ф.Мельник. – К.: Знання, 2008. – 699 с.

6. Макроэкономика: учебное пособие для студентов отрасли знаний 0305 «Экономика и предпринимательство»/ М-во образования и науки, молодежи и спорта Украины, Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Туган-Барановского, Каф. экон. теории; Проданова Л. В., Литвин В. В. – Донецк: ДонНУЭТ, 2011. – 196 с.

7. Макроекономіка: Контрольні завдання для проведення семінарських занять для студентів економічних спеціальностей всіх форм навчання/ В.В.Литвин, Л.В.Проданова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 57 с.

8. Макроекономіка: метод. реком. щодо підготовки та виконання аудиторної письмової роботи (для студ. екон. спец. заочної форми навчання)/ М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Каф. екон. теорії; Проданова Л.В., Литвин В.В. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2010. – 84 с.

9. Макроекономіка: метод. реком. щодо підготовки та виконання завдань поточного модульного контролю для студ. екон. спец. усіх форм навчання / Л.В.Проданова, В.В.Литвин: М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донець. Нац.. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, Каф. екон. теорії. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 53 с.

10. Мікроекономіка і макроекономіка (теоретичні основи і навчальний тренінг): навч. посіб. для студ. галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» денної та заочної форм навчання / Л.В.Проданова, О.О.Фоміна – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2015. – 173 с.

ІНФОРМАТИКА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування у майбутніх фахівців сучасного рівня інформаційної та комп'ютерної культури, набуття практичних навичок роботи з сучасною комп'ютерною технікою і використання сучасних інформаційних технологій для розв'язання різноманітних задач в практичній діяльності за фахом. Надання студентам практичних знань з основних розділів інформатики та інформаційних технологій: роль і місце інформатики у навчальному процесі, архітектура та принципи функціонування персональних комп'ютерів, програмне забезпечення сучасних інформаційних систем в економіці, сучасні засоби збереження та архівації даних, технологія створення документів та обробки даних засобами текстового процесора, технологія електронного перекладу текстових документів, технологія створення, редагування та показу презентацій, технологія обробки даних засобами табличних процесорів.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності основних принципів й правил побудови електронних обчислювальних машин, їх елементів і модулів, а також методів подання інформації в них;

сучасного стану і тенденцій розвитку системного забезпечення персональних комп'ютерів, структуру сучасних операційних систем і їх основних компонентів, можливості систем;

області використання інформаційних систем: систем обробки тексту, систем табличної обробки даних, систем створення презентацій, експертних систем.

застосування знань і розумінь:

уміння впевнено використовувати системне забезпечення персональних комп'ютерів для повсякденної роботи; вільно використовувати пакети офісних програм, програми сканування та розпізнавання тексту, програми автоматизованого перекладу для ефективного розв'язання фахових завдань; вільно володіти технологіями роботи з зовнішніми пристроями комп'ютера;

уміння здійснювати операції по архівації даних;

уміння використовувати можливості сучасних локальних комп'ютерних мереж для колективної роботи та спільного використання ресурсів;

уміння користуватися службами глобальної мережі Internet для пошуку інформації, співпраці та використання інших мережних ресурсів, можливостей електронної пошти та телеконференцій з метою розв'язання поставлених професійних завдань та інтелектуального збагачення.

формування суджень:

здатність формування уявлень про можливості використання персонального комп’ютера у власній та суміжних спеціальностях;

здатність визначити та надавати характеристику пакетам прикладних програм загального та спеціального призначення для розв'язання задач професійного спрямування.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська, англійська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		2-й	1-й
		Лекції:	
		15год.	2-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: Бакалавр	45год.	82-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 3		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Бескровний О.І., к.т.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль І. Теоретичні основи інформатики

Тема 1. Місце інформатики та комп'ютерної техніки в сучасному суспільстві, економіці, управлінні, юридичній діяльності.
Тема 2. Поняття інформації. Властивості інформації. Інформація та дані. Носії інформації.
Тема 3. Машинні одиниці інформації.
Тема 4. Файлова система, операційна система, інтерфейси користувача.

Змістовий модуль ІІ. Системи обробки тексту та табличних даних, презентації

Тема 5. Основи форматування тексту, підготовка тексту до видання.
Тема 6. Загальна структура документу, використання стилів та даних, що автоматично генеруються.
Тема 7. Конвертація документу, підготовка документу до розповсюдження.
Тема 8. Основи роботи табличних процесорів, поняття пов'язаних даних.
Тема 9. Використання формул для розрахунків, побудова діаграм.
Тема 10. Основи роботи з презентаціями.

Змістовий модуль ІІІ. Використання глобальної мережі, переклад документів

Тема 11. Основні поняття глобальної мережі internet.
Тема 12. Поштові сервіси, обмін даними, хмарні технології.
Тема 13. Сумісна робота над документами, з використанням глобальної мережі.
Тема 14. Основи роботи з засобами комп'ютерного перекладу.
Тема 15. Архівація даних, формати графічних даних, гібридні формати збереження даних.

10. Рекомендована література

1. Баженов В. А. Інформатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології : підруч. для студ. вищ. навч. закл. /В. А. Баженов [та ін.] ; - К.:Каравела,2008. - 640 с.
2. Веденеева, Е.А. Функции и формулы Excel 2007 / Елена Веденеева . ─ СПб. и др. : Питер, 2008 . ─ 384 с. ─ (Библиотека пользователя) . ─ 978-5-388-00071-2

3. Зацеркляний М.М., Мельников О.Ф., Струков В.М. Основи комп'ютерних технологій для економістів. Навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2006. - 672 с.
4. Злобін Г. Г. Основи інформатики, комп'ютерної техніки і комп'ютерних технологій : підруч. для студ. вищ. навч. закл. /Г. Г. Злобін ; - К.:Каравела,2007. - 240 с.
5. Информатика для юристов и экономистов. Учебник для ВУЗов / Под ред. Симоновича С. В. – СПб: Питер, 2006.
6. Макарова М. В. Інформатика та комп'ютерна техніка : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./М. В. Макарова, Г. В. Карнаухова, С. В. Запара ; за заг. ред. М. В. Макарової - Суми, 2008. - 665 с.
7. Мамченко С. Д. Економічна інформатика. Практикум : навч. посіб./С. Д. Мамченко, В. А. Одинець - К.:"Знання", 2008. - 710 с.
8. Мельникова О. П. Економічна інформатика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./О. П. Мельникова ; - К.:Центр учбової літератури, 2010. - 424 с.
9. Наливайко Н. Я. Інформатика : навч. посіб. : рекоменд. М-вом освіти і науки України для студ. вищ. навч. закл./Н. Я. Наливайко ; - К.:Центр учб. л-ри, 2011. - 576 с.
10. Пасько В. Самоучитель работы на персональном компьютере : самоучитель работы на персонал. компьютере/В. Пасько - СПб.:Питер,2006. - 591с.

МІКРОЕКОНОМІКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – оволодіння теоретичними основами мікроекономічного аналізу поведінки суб'єктів ринку, оволодіння універсальним інструментарієм прийняття раціональних господарських рішень.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основних понять, категорій і інструментів мікроекономічного аналізу;

основних особливостей провідних шкіл мікроекономічного напряму, теорій та концепцій мікроекономічної науки;

принципів раціональної поведінки агентів економічних систем мікрорівня у ринкових умовах;

методології дослідження поведінки економічних суб'єктів (споживача та виробника) у ринкових умовах і методів її оптимізації, рівноважного стану мікроекономічних систем в умовах різних ринкових структурах і різновидів ринку.

застосування знань і розумінь:

вміти аналізувати у взаємозв'язку економічні явища, процеси, функціонування інститутів на мікрорівні;

вміти будувати на основі опису ситуації стандартні графічні мікромоделі;

вміти виконувати економічні розрахунки і самостійно робити висновки, пов'язані з аналізом причинно-наслідкових зав'язків, що визначають економічний вибір, та обґрунтуванням раціональної поведінки економічних мікросуб'єктів у ринкових умовах;

вміти застосовувати навички альтернативного мислення і аналізу альтернативних можливостей використання ресурсів і напрямів діяльності економічних суб'єктів;

формування суджень:

здатність оцінити стан та перспективи економічних систем мікрорівня;

здатність за результатами аналізу причинно-наслідкових зав'язків, що визначають економічний вибір, оцінки показників діяльності економічних мікросуб'єктів, обґрунтовувати їх раціональну та ефективну поведінку у ринкових умовах;

здатність застосовувати набуті знання мікроекономічної теорії та навички мікроекономічного аналізу для прогнозування та розробки механізму і заходів господарчої та соціальної політики фірми.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування»	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 3		3-й	3-й
		Лекції:	
		39	8-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента –6.5		**Вид контролю:**	
		екзамен, курсова робота	

8. Викладач

Фоміна О.О., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теорія ринку. Теорія поведінки суб'єкта економічної діяльності

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

1.1. Мікроекономіка як наука та складова сучасної економічної теорії.
1.2. Методологія мікроекономіки: теорії і моделі.
1.3. Мікросистема та її основні характеристики.

Тема 2. Ринок та його механізм: мікроекономічний аналіз

2.1. Ринок та ринкова система: особливості мікроекономічного аналізу.
2.2. Ринковий попит та закон попиту.
2.2. Ринкова пропозиція та закон пропозиції.
2.3. Ринкова рівновага. Моделі ринкової рівноваги.

Тема 3. Теорія еластичності

3.1. Теорія еластичності. Поняття, види та показники еластичності.
3.2. Еластичність попиту.
3.3. Еластичність пропозиції.
3.4. Практичне застосування теорії еластичності.

Тема 4. Теорія поведінки споживача

4.1. Корисність і попит.
4.2. Бюджетна лінія і оптимум споживача.
4.3. Рівновага споживача: кардиналістський і ординалістський підходи.
4.4. Ефект доходу та ефект заміщення.

Тема 5. Теорія поведінки виробника. Підприємство як мікроекономічний суб'єкт

5.1. Виробнича функція. Загальний, середній і граничний продукт.
5.2. Заміщення факторів виробництва. Оптимальна комбінація ресурсів.
5.3. Розширення виробництва. Лінія зростання й віддача від масштабу.

Тема 6. Витрати виробництва

6.1. Витрати: їх суть та види. Підходи до визначення витрат підприємства.
6.2. Прибуток і дохід
6.3. Витрати виробництва у короткостроковому періоді
6.4. Витрати виробництва у довгостроковому періоді

Змістовий модуль 2. Теорія ринкових структур. Загальна рівновага

Тема 7. Основи теорії ринкових структур. Досконала конкуренція

7.1. Ринкова структура і принцип максимізації прибутку фірми.
7.2. Досконала конкуренція.
7.3. Переваги і недоліки досконалої конкуренції.

Тема 8. Недосконала конкуренція. Чиста монополія

8.1. Основні умови виникнення монополії та її види.

8.2. Рівновага монополії у короткостроковому періоді.
8.3. Рівновага фірми-монополіста в довгостроковому періоді.
8.4. Показники монопольної влади.

Тема 9. Ринок монополістичної конкуренції
9.1. Монополістична конкуренція та її основні риси.
9.2. Визначення ціни і обсягу виробництва.
9.3. Витрати монополістичної конкуренції.
9.4. Нецінова конкуренція.

Тема 10. Олігополістичний ринок
10.1. Ознаки олігополістичного ринку.
10.2. Форми поведінки фірм в умовах олігополістичних структур.
10.3. Поведінка фірми щодо ціни та випуску на ринку олігополії.

Тема 11. Ринки факторів виробництва
11.1. Основи дослідження ринку ресурсів.
11.2. Ринок землі і природних ресурсів.
11.3. Ринок праці.
11.4. Ринок капіталу.

Тема 12. Загальна рівновага і ефективність ринкової системи
12.1. Аналіз загальної рівноваги.
12.2. Ефективність обміну.
12.3. Ефективність виробництва.
12.4. Загальна рівновага і економіка добробуту.

10.Рекомендованалітература

1. Безугла В. О. Мікроекономіка : Навч. посіб. / В. О. Безугла, І. І. Постіл. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.
2. Вінніченко І. І. Мікроекономіка : Навч. посіб. / І. І. Вініченко, Н. В. Дацій, С. О. Корецька. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 272 с.
3. Калініченко О. В. Мікроекономіка. Практикум : Навч. посіб. / О. В. Калініченко, Л. М. Березіна. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 432 с.
4. Косік А. Ф. Мікроекономіка : Навч. посіб. / А. Ф. Косік, Г. Е. Гронтковська. – 2-ге вид., перероб. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 438 с.
5. Мікроекономіка : Навч. посіб. / В. І. Мельникова, В. Г. Яременко, О. П. Мельникова, В. О. Корнівська. – К. : Професіонал, 2005. – 400 с.
6. Мікроекономіка : Підручник / В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич, А. І. Ігнатюк; За ред. В. Д. Базилевич. – К. : Знання, 2007. – 677с.

7. Нарижна Л. Д. Мікроекономіка в схемах: Навч. посіб. / Л. Д. Нарижна, Л. Н. Пономарьова. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 160 с.

8. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов./ Р. Нуреев – М.: издательская группа НОРМА – ИНФРА М, 2010. – 572 с.

9. Павленко І. М. Мікроекономіка : Навч. посіб. / І. М. Павленко. – К. : Ц

10. Старостенко Г. Г. Мікроекономіка : Навч. посіб. / Г. Г. Старостенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 152 с.

МАТЕМАТИКА ДЛЯ ЕКОНОМІСТІВ: ТЕОРІЯ ЙМОВІРНОСТЕЙ ТА МАТЕМАТИЧНА СТАТИСТИКА

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 «Маркетинг»

1.Мета викладання навчальної дисципліни – формування у майбутніх спеціалістів базових математичних знань для розв'язування задач у професійній діяльності, вмінь аналітичного мислення та математичного формулювання виробничих задач.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основні поняття теорії ймовірностей, моделі повторних випробувань;

граничних теорем;

випадкових величин і законів їх розподілу;

поняття оцінки;

поняття статистичного критерію;

основ математичної статистики, елементів дисперсійного аналізу;

поняття регресійного анfлізу.

застосування знань і розумінь:

володіти основами математичного апарату, необхідними для ефективного вивчення інших дисциплін;

аналізувати та формулювати постановку задачі з використанням математичних та статистичних методів;

розв'язувати типові задачі в межах вивченого програмного матеріалу;

використовувати у практичній діяльності набутих знань щодо застосування математичних і статистичних методів для дослідження професійних задач;

самостійно працювати з навчально-методичною літературою і використовувати необхідні програмні продукти для аналізу і розв'язування професійних задач;

сформулювати реальну прикладну задачу і побудувати її математичну модель на базі набутих математичних знань;

розв'язувати практичні задачі математичними методами.

формування суджень:

здатність аналізувати, виділяти головне, робити висновки;

здатність обґрунтувати висновки;

здатність проводити оцінки;

здатність виробляти алгоритми.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – модульна робота, екзамен, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
Українська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS –5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
Модулів – 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Рік підготовки:**	
Змістових модулів – 2		2-й	2-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання		**Семестр**	
Загальна кількість годин – 150		1-й	3-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних –5 самостійної роботи студента – 6,5	ступінь: бакалавр	26 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		39 год.	6год.
		Лабораторні	
		0 год.	0 год.
		Самостійна робота	
		85год.	136 год.
		Індивідуальні завдання:0 год.	
		Вид контролю: екзамен	

8.Викладач

Фортуна В.В., к.ф-м.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль І. Основні поняття і теореми теорії ймовірностей. Випадкові величини

Тема 1. Елементи комбінаторного аналізу. Події та їх класифікація. Класичне та статистичне означення ймовірності.
1.1.Класифікація подій, поняття елементарної та складної випадкової події.

Операції над подіями.
1.2.Елементи комбинаторики в теорії ймовірностей.
1.3. Класичне визначення ймовірностей випадкової події та її властивостей.
1.4.Геометрична ймовірність
1.5.Статистична ймовірность і її властивості.
1.6.Аксіоматичне означення ймовірності.

Тема 2. Основні теореми теорії ймовірностей.
2.1. Поняття залежності і незалежності випадкових подій. Умовна ймовірність, теорема множення ймовірностей.
2.2. Теореми додавання ймовірностей і її наслідки. Властивості протилежних подій. Ймовірність хоча б однієї події.

Тема 3. Формула повної ймовірності. Формула Бейєса.
3.1. Формула повної ймовірності.
3.2. Формула Бейєса.

Тема 4. Повторні випробування. Схема Бернуллі. Формула Бернуллі. Формула Пуассона. Локальна і інтегральна теореми Лапласа.
4.1. Поняття схеми Бернуллі. Формула Бернуллі. Найімовірніше число появи події в схемі Бернуллі.
4.2. Асимптотичні формули для формули Бернуллі. Локальна теорема Муавра - Лапласа, теорема Пуассона. Інтегральна теорема Муавра - Лапласа і її наслідки.

Тема 5. Ряд **розподілу дискретної випадкової величини.**
5.1. Поняття випадкової величини.
5.2. Типи випадкових величин. Дії з випадковим и величинами.
5.3. Закон розподілу дискретної випадкової величини.

Тема 6. Інтегральна та диференціальна функції розподілу та їх властивості.
6.1 Інтегральна функція розподілу та її властивості.
6.2. Диференціальна функція розподілу та її властивості.

Тема 7. Числові характеристики випадкових величин.
7.1. Числові характеристики випадкових величин дискретних випадкових величин
7.1. Числові характеристики неперервних величин випадкових величин

Тема 8. Основні закони розподілу випадкової величини. Закон великих чисел.
8.1. Біноміальна, пуассонівська і геометрична випадкові величини та їх числові характеристики.
8.2. Рівномірний і показниковий закони розподілу та їх числові характеристики.
8.3. Нормальний закон розподілу, його числові характеристики.

8.4. Ймовірність знаходження нормальної випадкової величини в заданий інтервал.
8.5. Правило трьох сигм.

Тема 8. Граничні теореми теорії ймовірностей

8.1.Збіжність по ймовірності. Нерівність Чебышева. Теорема Чебишева і її наслідки.
8.2.Теорема Бернуллі. Центральна гранична теорема (теорема Ляпунова) і її застосування.

Змістовий модуль II. Елементи математичної статистики. Емпіричні закони розподілу. Система випадкових величин

Тема 9. Вибірковий метод і його складові частини.

9.1. Генеральна і вибіркова сукупності.
9.2. Варіаційний ряд.
9.3.Графічне зображеня варіаційних рядів.

Тема 10. Основні характеристики варіаційних рядів.

10.1. Вибіркова середня.
10.2 Медіана
10.3. Мода.
10.4. Показники варіації.
10.5. Асиметрія і ексцес.

Тема 11. Побудова законів розподілу за статистичними даними.

11.1Побудова закону Пуассона
11.2. Побудова показниковогозакону.
11.3.Побудова нормального закону.

Тема 12. Статистичні оцінки параметрів генеральної совокупності. Статистични гіпотези

12.1. Статистичні оцінки параметрів генеральної совокупності. Статистичні гіпотези
12.2. Основні властивості точкові оцінки параметрів: незміщенність, ефективність і обгрунтованість.
12.3. Интервальные статистичні оцінки. Точність і надійність оцінки, довірчий інтервал і довірча ймовірність.
12.4 Побудова довірчого інтервалу для x, S^2, S.
12.5.Нульова й альтернативна гіпотези, проста і складна гіпотези. Помилки першого і другого роду, спостережне значення крітерію.
12.6. Критична область, область прийняття нульової гіпотези, критична точка.
12.7. Перевірка гіпотез про закон розподіли: критерій згоди χ^2 – Пірсона, Колмогорова, Ястремського, Романовського.

Тема 13. Елементи теорії кореляції і регресії

13.1 Функціональна статистична і кореляційна залежність.
13.2. Визначення форми зв'язку. Поняття парной регресії.
13.3 Метод найменших квадратів.

13.4. Вибірковий коефіцієнт кореляції і його властивості. Коефіцієнт детермінації.
13.5. Знаходження параметрів рівняння лінійної регресії за згрупованими даними.
13.6. Знаходження параметрів рівняння лінійної регресії за згрупованими даними
13.7. Нелінійна регресія. Кореляційне відношення
13.8. Нелінійна регресія. Кореляційне відношення

10. Рекомендована література

1. Фортуна В. В. Вища та прикладна математика: рекоменд. М-вом освіти і науки, молоді та спорту України як навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./В.В. Фортуна, О.І. Бескровний. – Львів: Магнолія 2006, 2013. – 647 с.
2. Барковський В.В. Теорія ймовірностей та математична статистика: навч. посібник / В.В. Барковський, Н.В. Барковська, О.К. Лопатін. – 5-те вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 424 с.
3. Гмурман В.Е. Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике: учеб. пособ. для студ. вузов / В.Е. Гмурман. – изд. 7-е., доп. – М.: Высш. шк., 2006. – 405 с.
4. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика / В.Е. Гмурман. – 7-е изд., стер. – М.: Высш. шк., 2000. – 479 с.
5. Кармелюк Г.І. Теорія ймовірностей та математична статистика. Посібник з розв'язування задач: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г І. Кармелюк. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 576 с.
6. Моцний Ф.В. Курс лекцій з теорії ймовірностей: навч. посіб. для студ. усіх спец. фін.-екон. профілю ден. та заоч. форм навч.: рекомендовано М-вом освіти і науки України / Ф.В. Моцний; Держ. ком. статистики України, Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. – К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2010. – 122 с.
7. Пушак Я.С. Теорія ймовірностей і елементи математичної статистики: навч. посіб. / Я.С. Пушак, Б.Л. Лозовий. – 2-е вид., перероб. і допов. – Л.: Магнолія 2006, 2007. – 276 с.
8. Рабик В.М. Основи теорії ймовірностей: навч. посіб. / В.М. Рабик. – Л.: Магнолія 2006, 2007. – 176 с.
9. Свердан П.Л. Вища математика. Математичний аналіз і теорія ймовірностей: підручник / П.Л. Свердан; М-во освіти і науки України. – К.: Знання, 2008. – 450 с.
10. Шефтель З.Г. Теорія ймовірностей / З.Г. Шефтель. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К.: Вища шк., 1994. – 193 с.

ЕКОНОМЕТРИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни– розвиток у студентів навичок застосування методів економетричного аналізу для кількісного обґрунтування й оцінки управлінських рішень у галузі соціально - економічних процесів

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

***знання і розуміння*:**

- методів побудови математичних моделей економічних процесів;
- методів побудови та алгоритми розв'язування статистичних економіко-математичних моделей.
- загальної методики економетричного дослідження;
- економетричних методів моделювання динаміки економічних явищ і процесів;
- загальних принципів моделювання основних економічних показників;

***застосування знань і розумінь:*:**

- володіти основами математичного апарату, необхідними для ефективного вивчення дисципліни економетрика;
- аналізувати та формулювати постановку задачі з використанням математичних та статистичних методів;
- розв'язувати типові задачі в межах вивченого програмного матеріалу;
- використовувати у практичній діяльності набуті знання щодо застосування математичних і статистичних методів для дослідження професійних задач;
- самостійно працювати з навчально-методичною літературою і використовувати необхідні програмні продукти для аналізу і розв'язування професійних задач;
- розв'язувати практичні задачі математичними методами
- використовувати математичний апарат для вирішення економічних завдань ;
- будувати економіко-математичні моделі

формування суджень:

- здатність визначити та надати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості економічних явищ і процесів;
- здатність обґрунтувати та визначити механізм ефективного впливу на економічні явища та процеси.
- здатність планувати управлінські рішення та прогнозувати їх наслідки.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – модульна робота, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
Українська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 4	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	4-й
		Лекції:	
		30 год.	8-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: Бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		90 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 5		**Вид контролю:**	
		залік	

9. Викладач
Фортуна В.В., к.ф-м.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль І. Класичні моделі регресії. Деякі аспекти багатофакторної регресії

Тема 1. Лінійна та нелінійні моделі регресії.
1.1.Знаходження параметрів моделей методом найменших квадратів.
1.2. Показники якості моделі. Коефіцієнт еластичності.
1.3. Оцінка значущості моделі
1.4. Прогноз за моделлю

1.4. Використання Мастер Функций Excel/

Тема 2. Мультиколінеарність в багатофакторних моделях. Тест Фаррара-Глобера.
2.1. Поняття і наслідки мультиколінеарності
2.2. Тест Фаррара-Глобера..
2.3. Подолання мультиколінеарності.
2.4 Поняття про метод головних компонент

Тема 3. Багатофакторна лінійна регресія. Покроковий регресійний аналіз.
3.1. Загальний вид лінійної економетричної моделі. Її структура та етапи побудови. Специфікація моделей.
3.2. Показники якості моделі
3.3 Оцінка параметрів. Частинні коефіцієнти кореляції
3.4. Перевірка значимості і довірчі інтервали
3.5.Покрокова регресія.
3.6 Фіктивні змінні
3.7. Пакет Анализ Данных Excel
3.8. Конкретні приклади економічних задач.

Тема 4. Гетероскедастичність. Тест Гольдфельда-Квандта. Тест Спірмена.
4.1. Поняття і наслідки гетероскедастичності
4.2. Тест Гольдфельда-Квандта.
4.3. Тест Спірмена.

Тема 5. Автокореляція залишків. Критерій Дарбіна-Уотсона.
5.1. Поняття і наслідки автокореляції залишків.
5.2. Критерій Дарбіна-Уотсона**.**

Змістовий модуль ІІ. Узагальнена лінійна модель регресії. Аналіз часових рядів і прогнозування

Тема 6. Узагальнений метод найменших квадратів.
8.1. Поняття про узагальнений метод найменших квадратів.
8.2.Оцінка моделей з гетероскедастичністю даних
8.3. Оцінка моделей з автокореляцією даних. Методи оцінки параметрів: Эйткена, перетворення вхідної інформації, Кочрена-Оркетта,

Тема 7. Економетричні методи у мікроекономіці

7.1. Типові виробничі функції: однорідні виробничі функції, функція Кобба-Дугласа, виробничі функції з постійними коефіцієнтами, із постійною еластичністю заміщення.
7.2. Побудова і розрахунок виробничих функцій. Формування вихідних даних. Виробничі функції й оптимальне планування.

Тема 8. Аналіз часових рядів
8.1. Основні поняття і означення. Вступ в аналіз часових рядів

8.2. Вимоги до формування рівнів часових рядів
8.3. Перевірка гіпотези про стаціонарність часових рядів. Тестування математичного сподівання. Тест Манна –Уітні
8.4. Виявлення аномальних спостережень
8.5. Перевірка гіпотези існування тенденції в часовому ряду
8.6. Згладжування часових рядів
8.7. Аналіз динамічних рядів за допомогою автокореляційної функції
8.8. Розрахунок основних показників динаміки економічних процесів

Тема 9. Побудова моделей часових рядів
9.1. Аналітичне вирівнювання. Побудова кривих росту.
9.2. Аналітичне вирівнювання. Криві росту.
9.3 Статистичний аналіз і прогнозування сезонних коливань.
9.4 Лагові моделі
9.5. Моделі авто регресії.

Тема 10. Оцінка параметрів системи одночасних
9.1. Системи одночасних структурних рівнянь. Приклади на макрорівні. Поняття ідентифікації
10.2. Непрямий метод оцінки параметрів строго ідентифікованої системи рівнянь.
10.3. Двокроковий метод найменших квадратів (2 МНК).
10.4. Загальний алгоритм методу. Приклади макромоделей

10. Рекомендована література

11. Лавріненко Н. М. Основи економіко-математичного моделювання/ Н.М. Лавріненко, С.М. Латинін, В.В.Фортуна, О.І. Бескровний – Львів: Магнолія 2006, 2010. – 540 с.
12. Фортуна В.В. Економіко-математичне моделювання: економетрика: навч. посіб. для самост. роботи студ. / В.В. Фортуна – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – 157 с.
13. Христиановский В.В. Экономико-математические методы и модели: теория и практика / В.В. Христиановский, В.П. Щербина – Донецк, ДонНУ, 2010. – 335 с.
14. Христиановский В.В. Анализ временных рядов в єкономике: практика применения: учебное пособие / В.В. Христиановский, В. П. Щербина – Донецк, ДонНУ, 2011. – 125 с.
15. Практикум по эконометрике: учеб. пособие / И.И. Елисеева и др.; под ред. И.И. Елисеевой. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 192 с.
16. Наконечний С.І.. Економетрія: підручник / С.І. Наконечний, Т.О. Терещенко, Т.П. Романюк.– Вид. 4-те, доп. та перероб. – К.: КНЕУ, 2006. – 528 с.
17. Назаренко О.М. Основи економетрики: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О.М. Назаренко. – К.: Центр навч. л-ри, 2005. – 392 с.
18. Кулинич Е.И. Эконометрия. / Е.И. Кулинич. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 304 с.

19. Доугерти К. Введение в эконометрику / К. Доугерти. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 402 с.
20. Здрюк В.В. Економетрія. підручник / В.В.Здрюк, Т.Я Лагоцький. – К.: Знання, 2010. – 541 с.

СТАТИСТИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – розвиток у студентів навичок застосування методів статистичногго аналізу для кількісного обґрунтування й оцінки управлінських рішень у галузі соціально - економічних процесів

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

теоретичних основ статистичного спостереження як способу формування інформаційної бази для дослідження та прийняття управлінських рішень;

методичних підходів до узагальнення та оброблення статистичних даних;

методології і методики екстенсивного та інтенсивного статистичного аналізу соціально - економічних явищ і процесів;

методики прогнозування та статистичного моделювання соціально - економічних параметрів.

застосування знань і розумінь:

уміння застосовувати методи статистичного спостереження для формування масиву первинних даних для статистичного дослідження;

уміння здійснювати оброблення первинних даних з метою одержання узагальнюючих показників, рядів розподілу, відносних, середніх величин, показників варіації тощо;

уміння виконувати необхідні аналітичні розрахунки із застосуванням комп'ютерної техніки у відповідності із метою статистичного дослідження, наявною вихідною статистичною інформацією;

уміння здійснювати статистичний аналіз фінансово-господарської діяльності, рівня соціально - економічного розвитку регіону, економічну інтерпретацію одержаних результатів, робити обґрунтовані висновки та прогнозні розрахунки.

формування суджень:

здатність визначити та надати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості господарської діяльності суб’єктів;

здатність обґрунтувати взаємозв’язки та взаємозалежність факторів.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – модульна робота, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

Українська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		3-й	3-й
		Лекції:	
		26 год.	6 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	98 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7.5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

Бескровний О.І., к.т.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Методологічні засади статистики.

1.1.Джерела статистики. Особливості статистики як самостійної суспільної науки. Взаємозв'язок статистики з іншими науками. Об'єкт та предмет статистики.

1.2.Основні поняття статистики. Статистичні закономірності. Статистична сукупність. Статистичні ознаки та їх класифікація.

1.3. Метод статистики. Стадії статистичного дослідження.

Тема 2. Статистичне спостереження.

2.1.Суть, джерела та організаційні форми статистичного спостереження. Статистична звітність. Види звітності. Спеціально організовані статистичні спостереження та їх види.

2.2.Статистичні реєстри. Методологічні та організаційні питання статистичного спостереження.

2.3.План та програма статистичного спостереження. Види і способи спостереження.
2.4. Помилки спостереження і контроль за надійністю даних.

Тема 3. Зведення і групування статистичних даних.
3.1.Суть та завдання статистичного зведення та групування. Етапи зведення. Види зведення та його програма.
3.2.Основні питання методологій статистичних групувань. Основні завдання і види групувань. Види групувань за видом групувальної ознаки.
3.2 Основні методологічні питання групування. Інтервали групувань, їх види та методи розрахунку. Типологічні структурні та аналітичні групування. Вторинні групування та методи їх виконання.
3.3.Ряди розподілу, їх види і графічне зображення (полігон, гістограма, кумулята).

Тема 4. Подання статистичних даних: таблиці і графіки
4.1.Статистичні таблиці. Основні правила побудови статистичних таблиць. Підмет і присудок таблиці. Класифікація статистичних таблиць за різними ознаками.
4.2.Поняття про статистичний графік. Класифікація графіків за різними ознаками. Основні елементи статистичного графіка. Правила побудови графіків. Графіки динаміки, структури, порівняння, взаємозв'язку тощо. Картосхеми та картодіаграми.
4.3.Побудова статистичних графіків з використанням комп'ютерної техніки.

Тема 5. Статистичні показники.
5.1. Статистичний показник як кількісна характеристика суспільних явищ. Види та класифікація статистичних показників.
5.2.Абсолютні статистичні величини та одиниці їх виміру. Види вимірників абсолютних величин.
5.3.Види відносних величин, їх зміст та умови застосування. Одиниці виміру відносних величин Принципи побудови відносних величин. Система статистичних показників.

Тема 6. Середні величини.
6.1.Суть і значення середніх величин. Розвиток теорії середніх величин А.Кетле. Види середніх величин. Умови використання середньої величини. Особливості обчислення середніх величин.
6.2.Середня арифметична величина, умови її використання та властивості. Розрахунок середньої арифметичної методом "моментів". Ї
6.3.Середня гармонійна величина та умови її застосування. Визначення середнього значення відносної величини.
6.4.Структурні середні, методика їх розрахунку та економічний зміст.

Тема 7. Статистичне вивчення варіації і форми розподілу.
7.1. Суть і характеристики варіації. Методи обчислення та математичні властивості дисперсії. Види дисперсій.
7.2. Характеристики форми розподілу. Моменти розподілу.

7.3.Аналіз концентрації, диференціації та подібності розподілів.

Тема 8. Статистичні методи вимірювання взаємозв'язків.

8.1.Види взаємозв'язків між явищами. Кореляційний зв'язок.

8.2.Непараметричні методи оцінки кореляційного зв'язку. Рангова кореляція.

8 . 3 Метод аналітичного групування.

8.4. Правило розкладання варіацій та економічна суть кореляційного відношення.

8.5 Суть і етапи кореляційно-регресійного аналізу. Лінійне рівняння регресії та лінійний коефіцієнт кореляції.

8.6.Множинна регресія та багатофакторна кореляція. Перевірка істотності зв'язку.

Тема 9. Статистичне вивчення динаміки.

9.1.Ряд динаміки - основа аналізу та прогнозування соціально-економічних процесів. Поняття про статистичні ряди динаміки.

9.2.Види рядів динаміки та їх особливості. Методика розрахунку середнього рівня ряду динаміки.

9.3. Аналітичні показники ряду динаміки (ланцюгові, базисні та середні): абсолютний приріст, темп росту і приросту.

9.4.Методи обробки рядів динаміки. Приведення ряду динаміки до єдиної основи.

9.5.Сезонні коливання та їх вимірювання. Поняття про закономірності динаміки (розвитку у часі).

9.6.Компоненти ряду динаміки. Т

9.7.ренд ряду динаміки. Визначення тренду ряду динаміки методом збільшення інтервалів часу, рухомої середньої.

9.8.Аналітичне вирівнювання ряду динаміки. Лінійне рівняння тренду. Екстраполяція та інтерполяція в рядах динаміки.

9.9.Кореляція рядів динаміки. Методи прогнозування на основі рядів динаміки.

9.10.Аналіз сезонних коливань..

Тема 10. Індексний метод.

10.1.Суть статистичного індексу та його роль у статистичному аналізі.

10.2.Методологічні основи побудови індексів. Індексовані величини та їх види.

10.3.Види індексів. Індивідуальні індекси: методика розрахунку та економічний зміст. Агрегатний індекс як основна форма статистичного загального Агрегатні індекси якісного, кількісного та об'ємного показника.

10.4. Ланцюгові та базисні агрегатні індекси. Системи взаємозалежних індексів.

10.5. Розкладання загального абсолютного приросту за факторами. Аналіз динаміки середнього рівня інтенсивного показника.

10.6.Індекси змінного складу, постійного складу та структурних зрушень.

10.7. Середньозважені індекси, методи їх розрахунку та умови використання.

10.8. Факторний індексний аналіз.

Тема 11. Вибірковий метод.

11.1.Суть вибіркового спостереження. Перевага вибіркового методу порівняно з іншими методами статистичного спостереження.

11.2. Теоретичні основи вибірки. Показники генеральної та вибіркової сукупності. Репрезентативність вибірки. Помилки вибірки.ї

11.3. Різновиди вибірки. Способи добору.

11.4. Визначення меж довірчих інтервалів генеральної середньої та генеральної частки та необхідної чисельності вибірки.

11.5. Види та способи формування вибіркової сукупності.

11.6. Помилки вибіркового спостереження та методи їх розрахунку

10. Рекомендована література

1. Акімов О. В. Статистика в малюнках та схемах : [Навчальний посібник] / О. В. Акімов. - К. : ЦНЛ, 2007. – 168 с.
2. Бек В. Л. Теорія статистики: курс лекцій : [Навчальний посібник] / В. Л. Бек. – К. : ЦНЛ, 2003. – 412 с.
3. Громыко Г. Л. Общая теория статистики : Практикум / Г. Л. Громыко
4. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 286 с.
5. Горкавий В. К. Статистика : [Навчальний посібник] / В. К. Гаркавий. – К. : ЦНЛ, 2012. – 608 с.
6. Єріна А. М., Пальян З. О. Теорія статистики : Практикум / А. М. Єріна, З. О. Кальян. – К. : Знання, 2002. – 422 с.
7. Лугінін О. Є. Статистика : [Навчальний посібник] / О. Є. Лугінін . – К.: ЦНЛ, 2007. – 608 с.
8. Матковський С. О., Марець О. Р. Теорія статистики : [Навчальний посібник] / С. О. Матковський, О. Р. Марець. – К. : Знання, 2010. – 535 с.
9. Опря А. Т. Статистика. Математична статистика. Теорія статистики : [Навчальний посібник] / А. Т. Опря. – К. : ЦНЛ, 2005. - 496 с.
10. Статистика : [Підручник]. / Р. Я. Баран та ін. – Чернівці : Наші книги. 2008. – 240 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета та завдання навчальної дисципліни - формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про організацію і технологію торгових процесів і їх вплив на ефективність комерційної діяльності суб'єктів ринкових відносин, вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності підприємств.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

вивчення сутності організаційних форм підприємств ті їх значення в процесі торговельного обслуговування населення;

вивчення основних форматів магазинів та їх роль в процесі товароруху;

виконувати аналіз ефективності використання торговельних площ різних типів магазинів;

знати основні показники якості торговельного обслуговування та їх використання в практичній діяльності підприємств;

знати умови використання форм роздрібної торгівлі в залежності від спеціалізації та місця розташування магазинів;

вивчення сутності та значення маркетингової політики розподілу;

освоєння сутності, форм і методів організації роботи посередників та управління товарним рухом;

вивчення сутності формування і функціонування каналів розподілу;

набуття навичок підвищення ефективності діяльності посередників та оптимізації витрат у процесі товарного руху;

дослідження процесу формування оптимального каналу розподілу та освоєння методів оцінювання результатів його діяльності.

застосування знань і розумінь:

забезпечення теоретичної підготовки з організації торгівлі майбутніх фахівців товарознавства і комерційної діяльності;

вивчення основних понять, логістичних систем в організації товароруху;

вивчення та освоєння змісту технологічних операцій в роздрібної і оптовій торгівлі і уміння в удосконалення з метою підвищення ефективності роботи торговельних підприємств;

формування творчого потенціалу і його використання в пошуку резервів зростання доходів і скорочення витрат в організації товароруху.;

формування вмінь творчого пошуку резервів удосконалення комерційної діяльності підприємства.

формування суджень:

аналізувати маркетингове середовище підприємства;

виконувати аналіз ефективності асортиментної та цінової політики підприємства;

розробляти пропозиції з підвищення її ефективності;

застосовувати отриманні знання у своїй практичній діяльності;
використовувати маркетингові операції на місцях своєї постійної роботи;

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5.Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	**Характеристика навчальної дисципліни**	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу. Обов`язкова.	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		3-й	3-й
		Лекції:	
		26 год.	6 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 5		98 год.	136 год.
		Індивідуальні заняття:	
		-	
		Вид контролю:	
		залік	

8. Викладач
Пиріков О.В., к.т.н., доцент.

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Організація і технологія роздрібної торгівлі

Тема 1. Технологія побудови роздрібної торгової мережі
1.1.Роздрібні мережі, технологія побудови.

Тема 2. Устрій, обладнання та технологічні основи планування магазинів
2.1 Устрій магазинів.
2.2. Обладнання та технологічні основи планування магазинів

Тема 3. Процес продажу товарів і обслуговування покупців
3.1.Процес продажу товарів
3.2.Обслуговування покупців

Змістовий модуль 2. Організація і технологія оптової торгівлі

Тема 4. Товарні склади в торгівлі, призначення, класифікація та основні функції
4.1. Товарні склади призначення та класифікація

Тема 5. Устрій, обладнання та технологічні основи планування складів
5.1. Основи планування складів

Тема 6. Організація та технологія складських операцій в оптової торгівлі
6.1. Організація та технологія складських операцій

10. Рекомендована література

1. Азарян, О. М. Організація і технологія торгівлі [Текст] : навч. посіб. для вищ. навч. закл. : рекомендовано М-вом освіти і науки України / О. М. Азарян, Е. М. Локтєв, В. П. Оліфіров ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського . ─ Донецьк : [ДонНУЕТ], 2007 . ─ 528 с.
2. Азарян, О. М. Організація і технологія торгівлі [Текст] : підручник : рекомендовано М-вом освіти і науки України / О. М. Азарян, Е. М. Локтєв, В. П. Оліфіров ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського . ─ Вид. 2-ге, розшир. та допов. ─ Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010 . ─ 608 с
3. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход [Текст] : пер. с англ. / Б. Берман, Дж. Эванс . ─ 8-е изд. ─ М. : Изд.дом "Вильямс", 2003 . ─ 1184с.
4. Виноградська, А. М. Технологія комерційного підприємництва [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / А. М. Виноградська ; ЕКОМЕН . ─ К. : Центр навчальної літератури, 2006 . ─ 780с.
5. Гитомер, Д. Библия торговли [Текст] : пер. с англ. / Д. Гитомер . ─ СПб. : Питер, 2004 . ─ 368с.
6. Егоров, В.Ф. Организация торговли [Текст] : учеб.для студ. вузов / В.Ф. Егоров . ─ СПб. : Питер, 2004 . ─ 352с.

7. Иванченко, Б.В. Мерчендайзинг: искусство продавать. Школа правильной торговли [Текст] : практ. пособие / Б.В. Иванченко . ─ Симф. : Реноме, 2003 . ─ 144с.

8. Організація і технологія торгівлі [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. : рекомендовано М-вом освіти і науки України / О. М. Азарян, Е. М. Локтєв, В. П. Оліфіров ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського . ─ Донецьк : [ДонНУЕТ], 2008 . ─ 644 с.

9. Організація торгівлі [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. В. Апопій [та ін.], за ред. В. В. Апопія ; Львів. комерц. акад. . ─ вид. 2-ге, перероб. та доп. ─ К. : "Центр учбової літератури" , 2008 . ─ 632с.

10. Організація і технологія торгівлі [Текст] : рекоменд. М-вом освіти і науки, молоді та спорту України як підруч. для студ. вищ. навч. закл. : інтегр. навч. комплекс (підруч., електрон. навч. система на компакт-диску) / О. М Азарян [та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту

ФІНАНСИ, ГРОШІ ТА КРЕДИТ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системи базових знань з теорії фінансів, грошей, кредиту, засвоєння закономірностей функціонування грошового та фінансового ринків як теоретичної основи державної монетарної, валютної, податкової та бюджетної політики розвитку банківської справи та ринку фінансових послуг; формування спеціальних знань і практичних навичок з питань організації фінансових відносин та їх функціонування на макро- і мікроекономічному рівнях.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності та функцій таких категорій, як "фінанси", "гроші", "кредит", змісту основних теорій грошей, поняття грошового обігу, грошових потоків, монетарного та фінансового ринків, грошових та валютних систем, основ кредитних, розрахункових, валютних, податкових та бюджетних відносин;

застосування знань і розумінь:

уміння аналізувати і характеризувати стан фінансових відносин в країні;

уміння розраховувати основні прямі, непрямі та місцеві податки, що справляються з підприємств;

уміння розраховувати суму відсотків за користування банківським кредитом;

уміння складати кредитні угоди;

уміння аналізувати міжнародні фінансово-кредитні відносини і валютну систему України;

формування суджень:

здатність оцінити вартість довгострокових кредитів;

здатність обґрунтувати використання у практичній діяльності лізингові, факторингові, вексельні форми комерційного кредитування;

здатність обґрунтувати та визначити основні заходи грошової політики держави щодо регулювання грошового обігу в країні;

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5.Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань,

задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання; підсумкове – ПМК.

6.Мова викладання:

українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів – 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 4		4-й	4-й
		Лекції:	
		45 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	8год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		90 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 6		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Слободянюк Н.О., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи функціонування фінансів та бюджетної системи держави.

Тема 1. Сутність і функції фінансів

1.1. Історичні передумови виникнення і розвиток фінансів
1.2. Моделі фінансових відносин
1.3. Соціально-економічна сутність та функції фінансів

Тема 2. Фінансова система та фінансовий механізм

2.1. Фінансова система України: поняття, структура та загальна характеристика її сфер і ланок
2.2. Організаційні основи функціонування фінансової системи України
2.3. Сутність та складові елементи фінансового механізму
2.4. Зміст і принципи фінансового планування

2.5. Фінансовий контроль: зміст, принципи та види

Тема 3. Податкова система держави. Економічна сутність і функції податків

3.1. Елементи системи оподаткування
3.2. Класифікація податків
3.3. Податкова політика та податкова система в Україні
3.4. Характеристика основних податків податкової системи України

Тема 4. Бюджет і бюджетна система держави

4.1. Сутність, значення та функції державного бюджету
4.2. Бюджетний устрій та бюджетна система України
4.3. Бюджетний процес в Україні
4.4. Принципи і форми бюджетного фінансування
4.5. Бюджетний дефіцит і його вплив на розвиток економіки

Тема 5. Державні доходи та видатки

5.1. Економічна природа та класифікація доходів бюджетів
5.2. Склад доходів Державного бюджету України
5.3. Економічна природа та класифікація видатків Державного бюджету
5.4. Бюджетне фінансування видатків, його принципи, форми і методи
5.5. Склад видатків Державного бюджету. Таємні видатки
5.6. Видатки, що здійснюються з Державного бюджету України

Тема 6. Державний кредит

6.1. Економічна сутність і роль державного кредиту
6.2. Форми державного кредиту
6.3. Класифікація державних позик і джерела їх погашення
6.4. Державний борг, його формування і обслуговування
6.5. Управління державним боргом

Змістовий модуль 2. Сутність та зміст ланок фінансової системи держави, форм фінансових відносин і методів фінансової діяльності.

Тема 7. Фінанси суб’єктів господарювання та неприбуткових організацій

7.1. Сутність і функції фінансів підприємств
7.2. Організаційні основи функціонування фінансів підприємств
7.3. Фінансові ресурси підприємств, їх склад і джерела формування
7.4. Формування фінансових результатів суб'єктів господарювання

Тема 8. Фінанси населення

8.1. Соціально-економічна сутність і функції фінансів домашніх господарств у ринковій системі господарювання
8.2. Джерела і структура фінансів домогосподарств
8.3. Фінансові рішення домашніх господарствІнвестиційна діяльність населення

Тема 9. Фінансовий ринок

9.1. Економічна сутність фінансового ринку та його структура
9.2. Класифікація фінансових ринків
9.3. Інструменти фінансового ринку
9.4. Цінні папери як основний інструмент фінансового ринку

Тема 10. Міжнародні фінанси
10.1. Сутність і призначення міжнародних фінансів
10.2. Міжнародні фінансові організації і міжнародні фінансові інституції
10.3. Міжнародний фінансовий ринок

Змістовий модуль 3. Історичні аспекти розвитку грошових відносин, основи організації грошового обороту та функціонування валютного ринку.

Тема 11. Сутність та функції грошей
11.1. Походження, сутність та концепції виникнення грошей
11.2. Форми грошей
11.3. Функції грошей та їх еволюція

Тема 12. Грошовий оборот і грошові потоки
12.1. Характеристика і структура грошового обороту
12.2. Форми грошового обороту
12.3. Грошова маса та її показники
12.4. Закон грошового обігу

Тема 13. Грошовий ринок
13.1. Сутність і структура грошового ринку та механізм його функціонування
13.2. Попит і пропозиція грошей. Грошово-кредитний мультиплікатор
13.3. Характеристика облікового ринку та його особливості
13.4. Характеристика та операції міжбанківського ринку

Тема 14. Грошові системи
14.1. Поняття та елементи грошової системи
14.2. Еволюція грошових систем
14.3. Форми безготівкових розрахунків
14.4. Створення грошової системи України

Тема 15. Інфляція та грошові реформи
15.1. Інфляція: її сутність, причини, види й типи
15.2. Вимірювання інфляції
15.3. Розвиток та особливості інфляції в Україні
15.4. Наслідки інфляції та антиінфляційна політика
15.5. Грошові реформи та методи їх проведення

Тема 16. Валютні відносини та валютні системи
16.1. Сутність валюти та її конвертованість
16.2. Валютний курс і способи його визначення

16.3. Валютний ринок: сутність та основи функціонування
16.4. Валютна система та її розвиток
16.5. Формування валютної системи України

Тема 17. Кількісна теорія грошей і сучасний монетаризм
17.1. Металістична теорія грошей
17.2. Номіналістична теорія грошей
17.3. Кількісна теорія грошей
17.4. Дж. Кейнс і його внесок у кількісну теорію грошей
17.5. Сучасний монетаризм

Змістовий модуль 4. Кредитні відносини, роль інституту фінансового посередництва в розвитку економіки

Тема 18. Кредит у ринковій економіці
18.1. Необхідність та сутність кредиту
18.2. Роль кредиту в умовах ринкової економіки
18.3. Функції кредиту
18.4. Форми та види кредиту
18.5. Позичковий відсоток, його сутність та основні види

Тема 19. Кредитні системи
19.1. Поняття про кредитну систему
19.2. Банківська система України і її характеристика
19.3. Небанківські фінансово-кредитні установи

Тема 20. Центральний банк та його роль в економіці
20.1. Загальна характеристика центральних банків
20.2. Функції центральних банків
20.3. Національний банк України та його функції
20.4. Грошово-кредитна політика НБУ
20.5. Валютна політика та роль НБУ в її реалізації

Тема 21. Банківські установи як основна ланка кредитної системи
21.1. Еволюція та розвиток комерційних банків в Україні
21.2. Класифікація та характеристика комерційних банків
21.3. Операції комерційних банків
21.4. Основні показники ефективності та прибутковості діяльності банку

Тема 22. Спеціалізовані кредитно-фінансові установи
22.1. Визначення та функції фінансових посередників
22.2. Види фінансових посередників
22.3. Банки і банківська система

10.Рекомендована література

1. Конституція України. - К.: Преса України, 1997. - Ст. 85, 95, 96, 97, 98, 116, 119.
2. Закон України "Про банки і банківську діяльність" від 07.12.2000 р. //

Вісник НБУ. - 2000. - № 12. - С. 5.

3. Алєксєєв І.В., Колісник М.К. Гроші та кредит: Навч. посіб. Рекомендовано МОН - К., 2009. - 253 с

4. Алексеев І. В., Колісник М. К., Ярошкевич А.В. Основи теорії фінансів. - Л.: ЛПТ, 2008. - 144с

5. Божидарнік Н.В. Валютні операції. –К, ЦУЛ, 2013. -698с.

6. Банківська система України : монографія / В. В. Коваленко, О. Г. Коренєва, К. Ф. Черкашина, О. В. Крухмаль. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2010. 240с.

7. Бюджетна система України: Навч. посіб. - 2-ге вид., перероб. і доп. Рекомендовано МОН / Пасічник Ю.В. - К., 2008. - 670 с.

8. Вартість банківського бізнесу : монографія / [А. О. Єпіфанов, С. В. Лєонов, Й. Хабер та ін.] ; за заг. ред. А. О. Єпіфанова та С. В. Лєонова. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2011. – 295 с

9. Верхоглядова Н. І. Фінансовий аналіз суб'єктів господарської діяльності промислових підприємств. - Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2003. - 203 с.

10. Вовчак О.Д., Рущишин Н.М. Кредит і банківська справа: Підручник. Затверджено МОН / - К., 2008. - 564 с

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни - формування системи фундаментальних знань з концептуальних основ бухгалтерського обліку та набуття практичних навичок з використання методики обліку.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

предмета бухгалтерського обліку і основні елементи його методу;

основи організації бухгалтерського обліку на підприємствах;

дослідження особливостей бухгалтерського обліку основних господарських процесів.

застосування знань і розумінь:

ведення облікових записів на рахунках бухгалтерського обліку;

складання первинних документів й ведення їх бухгалтерської обробки, відображання господарської операції на рахунках бухгалтерського обліку виконуванняти записів до облікових регістрів, складання бухгалтерського балансу.

формування суджень:

вивчення предмету і методу бухгалтерського обліку,

набуття вмінь документального оформлення господарських операцій та їх відображення у системі рахунків бухгалтерського обліку.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання (60 балів).

підсумкове – залік (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу. Обов`язкова.	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	4-й
		Лекції:	
		30 год.	8 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 6		90 год.	136 год.
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		екзамен	

8. Викладач

Штик Ю.В., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Бухгалтерський облік у системі управління, баланс і рахунки

Тема 1. Бухгалтерський облік, його сутність і основи організації.

1.1 Поняття та сутність бухгалтерського обліку.
1.2. Функції бухгалтерського обліку та вимоги до нього.
1.3. Користувачі бухгалтерської інформації.
1.4. Вимірники, які застосовуються в обліку.

Тема 2. Предмет і метод бухгалтерського обліку.

2.1. Предмет і об’єкти бухгалтерського обліку
2.2. Господарські засоби та їх класифікація
2.3.Джерела формування господарських засобів. Господарські процеси
2.4. Методичні прийоми (методика) бухгалтерського обліку.

Тема 3. Бухгалтерський баланс.

3.1. Сутність і побудова бухгалтерського балансу. Структура Бухгалтерського балансу.

3.2. Вплив господарських операцій на баланс.
3.3. Порядок читання та аналізу балансу.

Тема 4. Рахунки бухгалтерського обліку і подвійний запис.
4.1.Сутність, призначення та форма рахунків бухгалтерського обліку.
4.2.Типи рахунків бухгалтерського обліку.
4.3.Побудова рахунків бухгалтерського обліку.
4.4.Подвійний запис, його сутність та значення.
4.5.Методика визначення кореспондуючих рахунків та складання кореспонденції рахунків.
4.6. Взаємозв'язок між балансом і рахунками.
4.7. Синтетичний та аналітичний рахунки.
4.8. Узагальнення даних поточного бухгалтерського обліку.

Змістовий модуль 2. Господарські процеси і план рахунків

Тема 5. План рахунків бухгалтерського обліку.
5.1. Роль та значення класифікації рахунків.
5.2. Класифікація рахунків за економічним змістом.
5.3. Класифікація рахунків за призначенням і структурою.
5.4. План рахунків – як основа організації обліку на підприємстві.

Тема 6. Документація і інвентаризація.
6.1.Первинні документи та вимоги щодо їх оформлення.
6.2. Інвентаризація в системі первинного обліку.
6.3.Класифікація документів в бухгалтерському обліку.

Тема 7. Оцінка та калькуляція.
7.1. Сутність та значення вартісної оцінки.
7.2. Оцінка об'єктів обліку.
7.3. Калькулювання в системі бухгалтерського обліку.
7.4. Взаємозв'язок між оцінкою і калькулюванням.

Тема 8. Облік господарських процесів.
8.1. Стадії руху господарських засобів і значення їх відображення в бухгалтерському обліку.
8.2. Основні завдання та показники обліку процесу постачання.
8.3. Оцінка придбаних засобів виробництва: предметів і засобів праці.
8.4. Облік господарських операцій з надходження засобів і предметів праці.
8.5. Основні завдання та показники обліку процесу виробництва.
8.6. Класифікація витрат виробництва.
8.7. Облік витрат виробництва та калькулювання фактичної собівартості продукції.

Тема 9. Форми бухгалтерського обліку.
9.1. Принципи побудови форм бухгалтерського обліку.
9.2. Меморіально-ордерна форма обліку.
9.3. Журнал-головна форма обліку.
9.4. Автоматизована форма обліку.

Тема 10. Основи бухгалтерської (фінансової) звітності.
10.1. Сутність та призначення організації бухгалтерської звітності
10.2. Порядок складання, подання й оприлюднення бухгалтерської звітності
10.3. Форми фінансової звітності.

10.Рекомендована література

1. Бачинський В. І. Бухгалтерський облік (загальна теорія): навч. посіб. / Бачинський В. І. - Л. : "Магнолія 2006", 2010. - 319 с.
2. Білуха М.Т. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник.- К., 2000.– 692 с.
3. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник для вузів. - Житомир: ЖІТІ, 2000. - 640 с.
4. Бухгалтерський облік (загальна теорія) [Текст] : навч. посіб. / В. І. Бачинський, П. О. Куцик, Т. В. Попітіч ; М-во освіти і науки України . — Л. : Магнолія 2006, 2010 . — 319 с.
5. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / за заг. ред. Вериги Ю. А. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 396 с.
6. Бухгалтерський облік [Текст]: навч. посіб. / Тютюнник П.С., Стародубова Г.М., Андрієнко В.О. [та ін.]; Харк. нац. екон. ун-т. - Х.: Вид-во ХНЕУ, 2008. - 416 с.
7. Бухгалтерський облік в Україні: нормативна та методична база [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Уклад. Г. О. Партін [та ін.] ; М-во освіти і науки України . - Л. : Магнолія 2006,2009. - 264 с.
8. Бухгалтерський облік в управлінні підприємтвом [Текст] : монографія / за заг. ред. О.М. Губачової ; УКООПСПІЛКА ; Полтав. ун-т споживч. кооперації України. - Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. - 337 с.
9. Бухгалтерський облік і аудит [Текст] : навч. посіб. : рекоменд. М-вом освіти і науки, молоді та спорту України для студ. вищ. навч. закл. : термінолог. укр.-рос.-англ. слов. / [Ю. А. Верига та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Полтав. ун-т економіки і торгівлі . — К. : Центр учбової літератури, 2013 . — 292 с.
10. Бухгалтерський облік на ринках споживчої кооперації [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [В. О. Озеран [та ін.] ; М-во освіти і науки України, УКРООПСПІЛКА, Львів. комерц. акад., за ред. В. О. Озерана, П. О. Куцика, А. М. Волошина . — Л. : Львів. комерц. акад., 2010 . — 311с.

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Мета викладання навчальної дисципліни – формування теоретичних знань, умінь та практичних навичок у галузі міжнародної економіки, форм, методів та механізмів реалізації міжнародних економічних відносин.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності, форм та основних принципів міжнародних економічних відносин та середовища їх розвитку;

показників розвитку та критеріїв класифікації країн світу;

сутності, форм, видів, причин та напрямів,

сутності, видів, напрямів, факторів та наслідків розвитку міжнародної торгівлі, міжнародної міграції робочої сили, прямих іноземних інвестицій, світової валютної системи та міжнародних розрахунків, міжнародної регіональної інтеграції.

застосування знань і розумінь:

уміння визначати тенденції та особливості розвитку міжнародних економічних відносин, зовнішнього середовища розвитку міжнародного бізнесу;

уміння робити аргументовані висновки про пріоритетні напрями та перспективи розвитку міжнародних економічних відносин, у тому числі напрями та перспективи інтеграції України у світове господарства;

формування суджень:

здатність оцінювати стан та особливості розвитку міжнародних економічних відносин;

здатність обґрунтувати та визначити механізми ефективного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, країни.

3. Дисципліни самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська, англійська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	За вибором навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 3		4-й	4-й
		Лекції:	
		30 год.	6- год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		90 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 6		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

Бочарова Ю.Г., к.е.н.. доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Вступ до міжнародної економіки.

Тема 1. Міжнародна економічна система.

1.1. Визначення сутності міжнародної економіки та характеристика її основних понять

1.2. Інтернаціональні економічні відносини: сутність і етапи розвитку

1.3. Міжнародний поділ праці, як основа інтернаціоналізації економічного розвитку.

Тема 2. Міжнародна економічна діяльність.

2.1. Сутність, об’єкти, суб’єкти, форми міжнародних економічних відносин (МЕВ).

2.2. Зовнішнє середовище МЕВ

2.3. Основні типи держав та їх економічних об’єднань.

Змістовий модуль 2. Форми міжнародних економічних відносин.

Тема 3. Світовий ринок товарів і послуг.

3.1. Теорії міжнародної торгівлі

3.2. Сутність і форми міжнародної торгівлі

3.3. Показники міжнародної торгівлі.

3.4. Ціноутворення в міжнародної торгівлі.
3.5. Регулювання світової торгівлі.

Тема 4. Світовий фінансовий ринок.
4.1. Міжнародний ринок боргових зобов'язань.
4.2. Міжнародний ринок титулів власності.
4.3. Міжнародний ринок фінансових деривативів.

Тема 5. Прямі інвестиції та міжнародне виробництво.
5.1. Міжнародний ринок інвестицій.
5.2. Види інвестицій: портфельні і прямі.
5.3. Державне регулювання прямих інвестицій.
5.4. Інвестиційна політика в Україні на сучасному етапі.

Тема 6. Міжнародний кредит.
6.1. Міжнародний кредит як економічна категорія.
6.2. Функції міжнародного кредиту.
6.3. Основні форми і види кредиту.
6.4. Світовий ринок позичкових капіталів.

Тема 7. Світовий ринок праці.
7.1. Загальна характеристика населення та трудових ресурсів світу.
7.2. Якість робочої сили.
7.3. Світовий ринок праці та тенденції його розвитку.
7.4. Проблеми зайнятості в світовій економіці.

Тема 8. Міжнародна трудова міграція.
8.1 Сутність та причини міжнародної міграції робочої сили (ММРС).
8.2. Види, типи та напрямки ММРС.
8.3. Наслідки ММРС.
8.4. Регулювання міжнародних міграційних процесів.

Тема 9. Світова валютна система.
9.1. Поняття і структура СВС
9.2. Валютний курс і фактори, що впливають на його формування
9.3. Регулювання валютних відносин
9.4. Основні етапи еволюції СВС
9.5. Валютні ринки: види і структура

Тема 10. Міжнародні розрахунки.
10.1. Сутність міжнародних розрахунків.
10.2. Форми міжнародних розрахунків.

Тема 11. Платіжний баланс та макроекономічна рівновага.
11.1. Теорія платіжного балансу.
11.2. Рахунок поточних операцій.
11.3. Рахунок операцій з капіталом та фінансових операцій.
11.4. Фінансування платіжного балансу.

Змістовий модуль 3. Інтеграційні процеси в системі міжнародних економічних відносин.

Тема 12. Міжнародна регіональна інтеграція.
12.1. Сутність, цілі і передумови розвитку міжнародної економічної інтеграції.
12.2. Форми міжнародної економічної інтеграції. 9.3. Основні інтеграційні угруповання світу.

Тема 13. Глобалізація економічного розвитку.
13.1. Сутність і складові сучасного процесу глобалізації.
13.2. Транснаціональні корпорації як чинник глобалізації
13.3. Особливості економічного розвитку країн в умовах глобалізації і транснаціоналізація світового господарства.

Тема 14. Інтеграція України у світову систему.
14.1. Передумови та шляхи інтеграції України у світову систему
14.2. Україна в інтеграційних процесах східноєвропейських країн.
14.3. Рівні та пріоритети інтеграцій України в систему світогосподарських зв'язків.

10. Рекомендована література

1. Авдокушин, Е. Ф. Международные экономические отношения [Текст]: учеб. Пособие / Е.Ф. Авдокушин. - 5-е изд., перераб. и доп.- М.: ИВЦ "Маркетинг", 2005. - 268 с.
2. Білозубенко В.С. Інноваційна система Європейського Союзу: особливості формування та розвитку : монографія [Текст] / В.С. Білозубенко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – 456с.
3. Дадалко В.А. Мировая экономика [Текст]: учебное пособие / А.В. Дадалко. - Минск: «Урожай», 2001. – 516 с.
4. Дахно І.І. Міжнародна торгівля [Текст]: навч. пос. / І.І. Дахно, видання 2-ге, доповнене. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 296 с.
5. Дахно І.І. Світова економіка [Текст]: навчальний посібник / І.І. Дахно, видання 2-е перероблене та доповнене. - К.: Центр навчальної літератури, 2008. - 280 с.
6. Довідник з європейської інтеграції [Текст] / [колектив авторів] ; під ред. д.е.н., проф. О.Б. Чернеги. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Донецьк : ТОВ «Східний видавничий дім», 2013. – 461 с.
7. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини: Навч. посібник. - 5-те вид., стер. - К.: Знання, 2004. - 406 с.
8. Кругман П.Р. Международная экономика [Текст] / П.Р.Кругман, М. Обстфельд. - 5-е изд. - СПб: Питер, 2003.- 832 с. ISBN 5-318-00514-4.
9. Лук'яненко Д.Г. Економічна інтеграція і глобальні проблеми
10. Чернега О.Б. Конкурентоспроможність національної економіки: цивілізаційні виміри та особливості управління в умовах глобалізації : монографія [Текст] / О.Б. Чернега, Ю.Г. Бочарова; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – Донецьк : ТОВ «Східний видавничий дім», 2011. – 348 с.

МЕНЕДЖМЕНТ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни - формування системи базових знань у сфері менеджменту, розуміння концептуальних засад системного управління організаціями; набуття вмінь розробки й прийняття управлінських рішень.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
сутності принципів, функцій, основних категорій науки управління;
методів та базових інструментів управління організаціями;
методики проведення оцінки ефективності управління підприємством.

застосування знань і розумінь:
уміння використовувати методи управління підприємством;
уміння реалізовувати навички планування, організації, мотивації та контролю в процесі управління підприємством;
уміння давати оцінку вірності і об'єктивності інформації, що використовує підприємство;
уміння формулювати і приймати управлінські рішення.

формування суджень:
здатність оцінити стан та перспектив господарської та управлінської діяльності сучасного підприємства;
здатність визначити та надати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості господарської та управлінської діяльності підприємств;
здатність обґрунтувати та визначити механізм ефективного прийняття управлінських рішень в умовах сучасного підприємства.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліни самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		5-й	5-й
		Лекції:	
		39 год.	6 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання Вивчення процесу управління підприємством -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85 год.	136 год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 6,5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

9. Викладач
Маловичко С.В.. к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Менеджмент: функціональний аспект.

Тема 1. Поняття і сутність менеджменту.
1.1. Еволюція розвитку науки «Менеджмент».
1.2. Менеджмент як господарське управління в умовах ринку.
1.3. Системний підхід в управлінні організацією.
1.4. Менеджмент з позиції взаємодії із зовнішнім середовищем.
1.5. Менеджмент з позиції всередині організації.
1.6. Принципи управління організацією .

Тема 2 . Планування в організації.
2.1. Функції менеджменту, їх класифікація та взаємозв'язок.
2.2. Планування: сутність і місце в системі менеджменту підприємства .
2.3. Види планів і підходи до їх розробки .

Тема 3. Організація як функція управління.
3.1. Сутність функції «організація».
3.2. Організації і їхні ознаки .
3.3. Організаційно-розпорядницькі методи управління .
3.4. Організаційні структури управління та їх характеристика.

Тема 4. Мотивація як функція управління.
4.1. Сутність мотивації як функції управління .
4.2. Змістовні теорії мотивації .
4.3. Процесуальні теорії мотивації .

Тема 5. Управлінський контроль.
5.1. Сутність контролю як функції управління .
5.2. Види управлінського контролю .
5.3. Етапи процесу контролю .

Змістовний модуль 2. Менеджмент: соціально-психологічний аспект

Тема 6. Комунікації в системі управління організацією.
6.1.Інформація, її види та роль у менеджменті.
6.2.Система інформаційного забезпечення торгових підприємств.
6.3.Сутність комунікацій та їх види.
6.4.Процес комунікацій і характеристика його етапів.
6.5.Підвищення ефективності комунікацій

Тема 7. Лідерство.
7.1. Влада і її джерела .
7.2. Теорії лідерства .
7.3. Керівництво і лідерство в організації .

Тема 8. Прийняття управлінських рішень.
8.1. Управлінські рішення та вимоги, пропоновані до їх ухвалень.
8.2. Класифікація управлінських рішень .
8.3. Процес прийняття рішень.
8.4. Методи прийняття управлінських рішень .

Тема 9. Ефективність управління.
9.1. Сутність організаційної ефективності та підходи до її визначення
9.2. Види організаційної ефективності .
9.3. Критерії оцінки ефективності організаційної діяльності .
9.4. Результативність і ефективність системи менеджменту. Показники ефективності управління .
9.5. Обґрунтування ефективності реалізації рішень щодо проведення організаційних змін

10. Рекомендована література

1. Афанасьєв М.В., Шемаєва Л.Г., Шерлока В.С. Основи менеджменту: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / За ред. Проф.. М.В. Афанасьєва. – Х.: ВД „Інжек”, 2008. – 484 с.
2. Бажин И.И. Информационные системы менеджмента. – М.: ГУ-ВШЭ, 2008. – 688 с.
3. Бесєдін М.О., Нагаєв В.М. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант): Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 496 с.
4. Богоявленська Ю.В., Ходаківський Є.І. Економіка та менеджмент праці: Навчальний посібник. — Київ: Кондор, 2008.-332 с.
5. Большаков А.С., Михайлов В.И. Современный менеджмент: теория и практика. – СПб: Питер, 2009. – 416 с.
6. Брасс А.А. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2009. – 239 с.
7. Василенко А.В. Менеджмент устойчивого развития предприятий: Монография. – Киев: Центр учебной литературы, 2010. – 648 с.
8. Вершигора Е.Е. Менеджмент: Учеб. пособие 2-е изд., перер. И доп.: ИНФРА-Менеджмент, 2008. – 283 с. – (Серия „Высшее образование”).
9. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2009. – 504 с.
10. Дяченко, Т. О. Основи менеджменту [Текст] : навч. посіб. : рекоменд. М-вом освіти і науки України для студ. вищ. навч. закл. / Т. О. Дяченко ; М-во освіти і науки України, Нац. авіац. ун-т . ─ К. : Кондор, 2010 . ─ 176 с.

ДИСЦИПЛІНА «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета та завдання навчальної дисципліни - поглиблення теоретичних знань студентів і набуття ними практичних навичок питань оптимального використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів підприємства.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основи створення та принципи роботи підприємства у сучасних умовах господарювання,

ресурсний потенціал підприємства, фінансові результати діяльності,

методичний інструментарій економічних складових підприємства,

нормативно-інформаційну базу України;

.

застосування знань і розумінь:

уміти самостійно оцінити ресурсну складову підприємства,

уміти вибрати та застосувати методи оцінки економічної ефективності формування економічного потенціалу підприємства,

уміти аналізувати економічний стан підприємства з урахуванням фінансових результатів діяльності.

формування суджень:

здатність оцінити стан та перспектив господарської та управлінської діяльності сучасного підприємства;

здатність визначити та надати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього

3. Дисципліна за вибором навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 3		5-й	5-й
		Лекції:	
		39 год.	6 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 6,5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

10. Викладач

Єрмак С.О., к.е.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи економічної діяльності підприємств

Тема 1. Підприємство як об’єкт і суб’єкт ринкових відносин .

В першій темі «Підприємство як об’єкт і суб’єкт ринкових відносин» розглянуто сутність підприємства як об’єкта і суб’єкта ринкових відносин. Види діяльності підприємства. Правові аспекти функціонування підприємств. Види підприємств, їх характеристика

Тема 2. Середовище функціонування підприємства.

В другій темі «Середовище функціонування підприємства» надано основні поняття зовнішнього середовища: сутність, фактори що його обумовлюють. Макросередовище та мікросередовище підприємства. Внутрішнє середовище функціонування підприємства.

Тема 3. Комерційний розрахунок як інструмент господарювання.

Розглянуто економічні передумови комерційного розрахунку та його сутність. Організація і принципи комерційного розрахунку. Форми комерційного розрахунку.

Тема 4. Стратегія підприємства, її формування та передумова реалізації

Надано сутнісні характеристики та необхідність розробки стратегії

підприємства. Етапи розробки стратегії підприємства, їх класифікація.

Тема 5. Планування діяльності підприємств

У п'ятій темі розглянута сутність та принципи планування. Методи планування та прогнозування на підприємстві.

Змістовий модуль 2. Ресурсний потенціал підприємства

Тема 6. Ресурсний потенціал підприємства

Сутність, критерії, основні складові ресурсного потенціалу підприємства. Сутність та види ефективності, основний критерій ефективності. Показники оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Тема 7. Матеріальні ресурси підприємства

Оцінка, класифікація і структура основних фондів. Відтворення основних фондів. Виробнича потужність підприємства. Показники стану, забезпечення та ефективності використання основних фондів. Сутність, класифікація та ефективність використання оборотних активів підприємства.

Тема 8. Трудові ресурси підприємства

Сутність, класифікація та показники стану трудових ресурсів підприємства. Показники ефективності використання трудових ресурсів. Форми та системи оплати праці працівників

Тема 9. Фінансові ресурси підприємства.

Поняття фінансових ресурсів, джерела їх утворювання та напрямки використання. Економічна сутність та класифікація оборотних активів. Показники ефективності використання оборотних активів.

Тема 10. Нематеріальні ресурси підприємства

Нематеріальні ресурси, їх сутність і види. Поняття нематеріальних активів, їх склад

Змістовий модуль 3. Ефективність діяльності підприємств

Тема 11. Товарооборот торговельних підприємств

Соціально економічний зміст та склад роздрібного товарообігу. Оптовий товарооборот: сутність, функції, показники оцінки Зміст та склад товарообороту ресторанного господарства. Товарні запаси і товарообіговість. Аналіз і планування товарообороту .

Тема 12. Оптимізація поточних витрат підприємства

Поняття та склад витрат виробництва та обігу. Класифікація витрат підприємства. Показники аналізу витрат виробництва та чинники, що їх обумовлюють.

Тема 13. Фінансові результати діяльності підприємства

Поняття доходу підприємства, джерела формування та механізм розподілу.

Прибуток: сутність, функції, види та чинники, що обумовлюють його розмір. Розподіл та використання прибутку. Показники рентабельності.

Тема 14. Обґрунтування показників діяльності підприємства

Крапка беззбитковості. Крапка мінімального рівню рентабельності. Запас фінансової стійкості підприємства

10. Рекомендована література

1. Фролова Л.В., Єрмак С.О. Конспект лекцій з дисципліни «Економіка підприємства» для студентів денної та заочної форми навчання. / ДонНУЕТ, 2014 – 115с.
2. Фролова Л.В., Бакунов А.А., Шаруга Л.В. Экономика предприятия в структурно-логических схемах. Учебное пособие. – Издание 3-е дополн. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. - с.173
3. Практикум по “Экономике предприятия” для студентов ФЭУМЭО специальности 7.050107 / Сост. Л.В. Фролова – Изд. 2-е – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 113 с.

4.Экономика предприятия: Учебное пособие./ Под. ред д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД, «Университетская книга», 2009. – 632 с.

5.Економіка підприємства: навчальний посібник для вищої школи. - Львів: Новий Світ - 2000, 2012. - 439 с.

6.Грицюк, Е. О. Економіка підприємства: навчальний посібник. - К. : Дакор, 2009. - 304 с.

7.Березін О. В. Економіка підприємства. - К. : Знання, 2009. - 390 с. Економіка підприємства: зб. практичних задач і ситуацій: навч. посібник. - К. : КНЕУ, 2008. - 323 с.

8. Економіка промислового підприємства / за ред. Н. М. Тюріної. - Львів : Новий світ-2000, 2008. - 312 с.

9.Іванова, Валентина Василівна. Планування і контроль на підприємстві: навч. посібник / В. В. Іванова. - Суми : Університетська книга, 2011. - 443 с.

10. Економіка підприємства: навчальний посібник для вищої школи. - Львів: Новий Світ - 2000, 2012. - 439 с.

МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – придбання теоретичних знань і практичних навичок щодо користування інструментами, які дозволяють підприємству послуг ефективно функціонувати в умовах ринку, досягати поставлених цілей, вирішувати довгострокові стратегічні завдання, проникати на нові ринки, виводити на них нові послуги і пристосовуватися до змінних умов ринкової кон′юнктури.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності та цілей маркетингу послуг; складових маркетингу-мікс послуг; технологій надання та отримання послуг;

застосування знань і розумінь:

уміння залучати споживачів до процесу обслуговування;

уміння використовувати технології надання та отримання послуг; уміння завойовувати прихильність споживачів;

уміння користуватися маркетинговим інструментарієм у сфері послуг;

формування суджень:

здатність розробляти комплекс маркетингу підприємства послуг; здатність визначати стратегії та цілі комунікацій в сфері послуг; здатність здійснювати планування, реалізацію і контроль рекламування

послуг.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова)**.**

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська, англійська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування»	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		5-й	5-й
		Лекції:	
		26 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		98 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7.5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

Баюра В.І., к.е.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Методологічні основи маркетингу послуг.

Тема 1. Основні поняття маркетингу послуг.

1.1. Сутність послуг.
1.2. Класифікація послуг.
1.3. Специфіка маркетингу послуг.
1.4. Маркетингова орієнтація підприємства, що надає послугу.
1.5. Складові «маркетингу-мікс».

Тема 2. Залучення споживачів до процесу обслуговування.

2.1. Розподіл послуг на категорії.
2.2. Послуга як процес взаємодії між продавцем та споживачем.

Тема 3. Технології надання та отримання послуг.

3.1. Рівень контактів підприємств із споживачами.
3.2. Послуга як система технологічного процесу надання та отримання послуг.

Тема 4. Завоювання прихильності споживачів

4.1. Використання сегментації ринку послуг.
4.2. Формування підприємством споживчого портфелю.
4.3. Розширення асортименту послуг – засіб посилення лояльності споживачів.
4.4. Управління скаргами і претензіями споживачів.
4.5. Гарантії підприємства в сфері послуг.

Тема 5. Маркетинговий інструментарій у сфері послуг.

5.1. Принципи, функції, концепції.
5.2. Позиціонування послуг на ринку.
5.3. Створення конкурентної позиції підприємства та етапи розробки стратегії позиціонування.
5.4. Вплив маркетингового середовища на діяльність підприємства сфери послуг.

Змістовий модуль 2. Маркетинг галузей сфер послуг.

Тема 6. Комплекс маркетингу підприємства та особливості його реалізації в сфері послуг.

6.1. Комплекс маркетингу.
6.2. Планування маркетингу у сфері послуг.
6.3. Оптимізація плану маркетингу.

Тема 7. Комунікативна політика в маркетингу послуг.

7.1. Роль і завдання маркетингових комунікацій.
7.2. Визначення підприємством стратегії та цілей комунікацій послуг.
7.3. Комплекс маркетингових комунікацій в сфері послуг.
7.4. Реклама послуг: планування, реалізація і контроль.

Тема 8. Маркетинг у сфері торгівельного обслуговування населення.

8.1. Маркетингові рішення роздрібних товарів підприємств.
8.2. Оцінка і прогнозування попиту в роздрібній торгівлі.
8.3. Оцінка якості торгівельного обслуговування споживачів.

Тема 9. Маркетинг послуг громадського харчування.

9.1. Основні показники підприємств громадського харчування.
9.2. Прогнозування попиту на продукти і послуги підприємств громадського харчування.
9.3. Стратегії ціноутворення підприємств громадського харчування.

Тема 10. Маркетинг побутових послуг.

9.1. Сутність побутового обслуговування.
9.2. Порядок надання побутових послуг населенню.
9.3. Аналіз і прогнозування попиту населення на побутові послуг

10. Рекомендована література

1. Басова С.Н. Маркетинг услуг: [учеб. пособ.] / С.Н. Басова. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2012. – 96 с.
2. Карпов В.А. Прогнозування кон'юнктури ринку: [навч. посіб.] / В.А. Карпов, В.Р. Кучеренко. – К.: Знання, 2011. – 215 с.
3. Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг: [учеб. пособ.] / В.В. Кулибанова. – СПб.: Вектор, 2011. – 192 с.
4. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг: [учеб. пособ.] / Е.В. Майдебура. – К.: ВІРА-Р, 2001. – 574 с.
5. Маркова В.Д. Маркетинг услуг: [учеб. пособ.] / В.Д. Маркова. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 127 с.
6. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг: [учебник] / М.А. Николаева. – М.: Деловая література, 2011. – 448 с.
7. Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис: [учеб. пособ.] / Н.Е. Николайчук. – СПб.: Питер, 2012. – 608 с.
8. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг: [учеб. пособ.] / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Питер, 2010. – 160 с.
9. Разумовская А.Л. Маркетинг услуг: [учеб. пособ.] / А.Л. Разумовская, В.И. Янченко. – М.: Вершина, 2011. – 496 с.
10. Хлебович Д.И. Сфера услуг: маркетинг: [учеб. пособ.] / Д.И. Хлебович. – М.: КНОРУС, 2013. – 240 с.

МАРКЕТИНГ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – надання теоретичних знань та формування практичних навичок щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності, принципів і функцій маркетингу, цілей і завдань маркетингової діяльності, систем сучасного маркетингу;

сутності, цілей, завдань, класифікації, етапів, методів маркетингових досліджень;

маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики;

застосування знань і розумінь:

уміння розробити рекомендації щодо удосконалення концепції, елементів, принципів, функцій маркетингу підприємств;

уміння розробити рекомендації щодо удосконалення практики використання маркетингової інформації і методів, складання МІС, проведення маркетингових досліджень;

уміння розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики;

формування суджень:

здатність оцінити стан та перспектив маркетингової діяльності на підприємстві;

здатність визначити та надати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості господарської діяльності підприємства;

здатність обґрунтувати та визначити механізм ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – залік, курсова робота, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS –10	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна за вибором вузу	
		Рік підготовки:	
		3-й, 4-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		5-й, 6-й	5-й
		Лекції:	
		56 год.	12-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		84 год.	16 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин 300		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		100 год.	272-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		год.	-
самостійної роботи студента –4		**Вид контролю:**	
		Екзамен, курсова робота	

8. Викладач
Маловичко С.В., к.е.н, доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні та методичні основи маркетингу

Тема 1. Актуальність, предмет, задачі та зміст дисципліни "Маркетинг".

1.1. Актуальність і практична необхідність вивчення і використання маркетингу в умовах ринкових відносин.
1.2. Предмет, мета, задачі і зміст дисципліни „Маркетинг".

Тема 2. Сутність маркетингу.

2.1. Маркетинг: основні поняття та історичні етапи розвитку.
2.2. Принципи і функції маркетингу.
2.3. Цілі і задачі маркетингової діяльності підприємства.

Тема 3. Концепції маркетингу та їх характеристика.

3.1. Концепція вдосконалення виробництва.
3.2. Концепція вдосконалення товару.

3.3. Збутова концепція.
3.4. Маркетингова концепція.
3.5. Концепція соціально–етичного маркетингу.
3.6. Концепція маркетингу відносин.

Тема.4. Системи та характеристики сучасного маркетингу.
4.1.Основні системи сучасного маркетингу.
4.2. Глобальний маркетинг.
4.3. Інтерактивний маркетинг.
4.4. Індивідуальний маркетинг.
4.5. Екологічний маркетинг.

Тема 5. Маркетинг як відкрита мобільна система.
5.1. Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика.
5.2. Цілі, задачі, види маркетингу, їх характеристика.

Тема 6 Формування маркетингової інформаційної системи (МІС) на основі проведення маркетингових досліджень.
6.1. Інформація, її сутність, вимоги до маркетингової інформації.
6.2. Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та характеристика.
6.3. Сутність, види, методи маркетингових досліджень.
6.4. Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів.

Тема 7. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів
7.1. Потреби та попит суб’єктів ринку: сутність, класифікація, вимірювання потреб, методи дослідження попиту.
7.2. Моделювання поведінки покупців.
7.3. Сутність та ознаки сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку.
7.4. Типологія споживачів: поняття та підходи до її здійснення.

Тема 8. Організація маркетингової діяльності підприємства.
8.1. Організація маркетингу підприємства.
8.2. Види організаційних структур служби маркетингу і їх характеристика.
8.3. Положення про службу маркетингу і характеристика його розділів.
8.4. Кадрове забезпечення служби маркетингу.

Тема 9. Контроль маркетингової діяльності підприємства.
9.1. Контроль маркетингу: сутність і види.
9.2. Стратегічний контроль маркетингу.
9.3. Тактичний контроль маркетингу: об’єкти і зміст контролю.
9.4. Контроль прибутковості в підприємствах на сучасному етапі.

Змістовий модуль 2. Маркетингова політика підприємства

Тема 10 Маркетингова товарна політика.
10.1. Товар і товарна політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації: поняття, склад і характеристика.

10.2. Процес розробки нових товарів: види товарів ринкової новизни, типи нововведень, етапи розробки нових товарів.
10.3. Сутність конкурентоспроможності товарів та алгоритм її оцінки.

Тема 11. Маркетингова цінова політика.

11.1. Ціна і цінова політика у маркетинговій діяльності підприємства.
11.2. Формування маркетингової цінової політики.
11.3. Методи маркетингового ціноутворення.

Тема 12. Маркетингова політика розподілу.

12.1. Розподіл у системі маркетингу: сутність, принципи, канали розподілу.
12.2. Процес вибору системи та стратегії розподілу.
12.3. Маркетингові системи у вдосконаленні управління розподілом.
12.4. Маркетингові рішення в оптовій та роздрібній торгівлі.
12.5. Мерчандайзинг: сутність та заходи його здійснення.

Тема 13. Маркетингова політика комунікацій.

13.1. Комплекс маркетингових комунікацій (просування-мікс): сутність, види, функції.
13.2. Розробка системи просування в підприємстві.
13.3. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій.
13.4. Паблік рилейшнз у комплексі маркетингових комунікацій.
13.5. Стимулювання збуту (СТИЗ): сутність і заходи.
13.6. Прямий маркетинг: сутність і форми.

10. Рекомендована література

1. Маркетинг [Текст] : завдання та навч.- метод. рек. щодо викон. контрол. робіт з дисц. (для студ. ін-ту обліку і фінансів спец. 6.050104 „Фінанси”, 6.050105 „Банк. справа”, 6.050106 „Облік і аудит” заочної форми навчання за скороченою і повною програмою) / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, ін-т економіки і упр., каф. маркетинг. менедж.; [С.І. Коломицева, Л.О. Нестеренко, А.С. Панчук, Я.В. Приходченко, С.В. Чернишева.] – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008.- 99 с.
2. Маркетинг [Текст]: завдання та методичні рекомендації щодо виконання позааудиторної самостійної роботи та індивідуальних навчально-дослідних завдань: (для студ. ден. та заоч. форм навчання Ін-ту обліку і фінансів) / Л.В. Балабанова, С.І.Коломицева, С.В.Чернишева; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. маркетинг. менедж. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 70 с.
3. Маркетинг [Текст]: навч.-наочн. посіб. для самост. роботи студ. в умовах кредит. системи орг. навч. процесу: (для студ. ден. та заоч. форм навчання Ін-ту обліку і фінансів) / С.І.Коломицева, С.В.Чернишева; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. маркетинг. менедж. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 183 с.

4. Маркетинг відносин: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, С. В. Чернишева / М-во освіти і науки України, Донец. нац. університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010. - 381 с.
5. Маркетинг і логістика: концептуальні основи та стратегічні рішення. Навч. посібник у схемах і таблицях (для організації самост. роботи студентів ВНЗ). / С.В. Смерічевська, М.В. Жаболенко, С.В. Чернишева та інш.: за заг. ред. С.В. Смерічевської – Львів: «Магнолія 2006», 2013. – 552 с.
6. Маркетинг: концептуальні основи та стратегічні рішення: навч.-наочн. посіб. у схемах і таблицях (для організації самост. роботи студ. ВНЗ, які навчаються за економічними, управлінськими та інженерними спеціальностями) / С.В. Смерічевська, С.В. Чернишева. – Донецьк: ВІК, 2011.- 229 с.
7. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: Навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2012. – 612 с.
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник.-7-ме вид. Лібра К., 2010. - 720 с.
9. Данілова Л. Л., Петровська С. В. Ціноутворення та маркетингова цінова політика: Навч. посіб. -К.: КНТЕУ, 2011. – 130 с.
10. Маловичко С.В. Проблеми застосування електронного маркетингу на підприємствах України/ С.В. Маловичко // Глобальні та національні проблеми економіки: елект. нраукове видання. – Миколаїв: МНУ. – 2014. - Вип. 2.– С. 614-616.

ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – сформувати у студентів уміння та навички щодо здійснення загальної професійної і фахової підготовки за напрямками діяльності: інформаційно-творчої, соціально-психологічної, інформаційно-комунікаційної, інформаційно-управлінської, аналітичної, культурної, інформаційно-соціологічної, науково-дослідної, забезпечити засвоєння студентами теорії та практики паблік рілейшнз.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
сутності та особливостей управління в сфері "паблік рілейшнз"; основних методів управління в сфері "паблік рілейшнз"; прийомів застосування комунікацій в сфері ПР;
особливості взаємодії об'єкту "паблік рілейшнз" зі ЗМІ;

застосування знань і розумінь:
уміння дослідити підходи до побудови відділу ПР на підприємстві; уміння аналізувати відносини підприємств зі споживачами;
уміння оцінювати відносини підприємств із ЗМІ; уміння розробляти паблісіті, імідж;

формування суджень:
здатність визначати психологічний тип; здатність організовувати спеціальні події;
здатність оперувати комунікаціями в період кризи.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5.Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання
підсумкове – ПМК.

6.Мова викладання:
українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування»	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		6-й	6-й
		Лекції:	
		30 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		90 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 9		**Вид контролю:**	
		залік	

9. Викладач

Баюра В.І., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи Паблік рилейшнз.

Тема 1. Паблік-Рилейшнз як сфера професійної діяльності.
1.1. Виникнення і розвиток ПР як сфери професійної діяльності.
1.2. Сутність і принципи ПР.

Тема 2. Спільні і відмінні ознаки ПР та інших сфер діяльності.
2.1. Спільні і відмінні ознаки ПР і журналістики.
2.2. Спільні і відмінні ознаки ПР і реклами.
2.3. Спільні і відмінні ознаки ПР і інформаційно-комунікаційних технологій.

Тема 3. Ефективність ПР.
3.1. Організаційно-психологічні передумови ефективності ПР.
3.2. Особливості реалізації комунікаційно-організаційних функцій в системі соціального управління.

Тема 4. Роль ПР у забезпеченні ефективної роботи фірми.
4.1. ПР у системі менеджменту.
4.2. ПР у системі маркетингу.
4.3. ПР у забезпеченні зовнішніх зв´язків фірми.

Тема 5. Використання ПР.
5.1. ПР у формуванні іміджу фірми.
5.2. Використання ПР в лобістських цілях.
5.3. ПР як засіб протидії кризовим ситуаціям.
5.4. Інформаційно-посередницькі функції ПР.

Тема 6. Засоби реалізації завдань паблік рілейшнз.
6.1. Особливості реалізації завдань ПР у ЗМІ.
6.2. Аналітична робота ПР-служб зі ЗМІ.
6.3. Організаційна робота ПР-структур зі ЗМІ.
6.4. Робота прес-служб.

Тема 7. Засоби ПР.
7.1. Реклама як засіб ПР.
7.2. Робота на виставках як засіб ПР**.**
7.3. Публічний виступ як чинник налагодження громадських зв´язків.
7.4. Організація представницьких заходів як елемент системи ПР.
7.5. Ділові наради і ділові переговори в системі ПР

Змістовий модуль 2. Паблік рілейшнз: комплексний істратегічний підходи.

Тема 8. Організація роботи в паблік рілейшнз.
8.1. Побудова ПР-структур.
8.2. Нормативно-правові засади ПР-діяльності.
8.3. Етичні засади ПР-діяльності.

Тема 9. ПР-кампанія.
9.1. Матеріально-технічне і фінансове забезпечення ПР-діяльності.
9.2. ПР-кампанія як організаційна форма діяльності в ПР.
9.3. Підготовка ПР-кампанії.

Тема 10. Особливості використання паблік рілейшнз у різних сферах суспільного життя.
10.1. Використання ПР у політичній сфері.
10.2. Технології успіху у виборчих кампаніях.
10.3. Особливості використання ЗМІ у виборчій кампанії.

Тема 11. ПР як засіб впливу на процеси в економічній сфері.
11.1. ПР як чинник стимулювання інноваційних процесів.
11.2. Особливості використання ПР у банківській сфері.
11.3. Вплив ПР на розвиток підприємництва.

Тема 12. Вплив ПР на суспільство.

12.1. ПР у забезпеченні функціонування і розвитку соціальної і гуманітарної сфер.

12.2. Використання ПР у державному управлінні і місцевому самоврядуванні.

12.3. Використання ПР в реалізації проектів (програм).

12.4. ПР як засіб сприяння взаємодії влади, бізнесу і громадськості

Тема 13. Псевдотехнології паблік рілейшнз і протидія їм.

13.1. Основні прийоми псевдотехнологій ПР («чорних паблік рілейшнз»).

13.2. Маніпулювання громадською думкою з використанням ЗМІ.

13.3. Можливості протидії псевдотехнологіям ПР.

13.4. Професійність ПР-фахівця як засіб протидії псевдотехнологіям

10. Рекомендована література

1. Антипов К.В. Паблик рилейшнз для коммерсантов: [учеб. пособ.] / К.В. Антипов, Ю.К. Баженов. – М.: Дашков и К□, 2010. – 132 с.
2. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз: [підручник] / Л.В.Балабанова, К.В.Савельєва. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 536 с.
3. Варакута С.А. Связи с общественностью: [учеб. пособ.] / С.А. Варакута, Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 208 с.
4. Королько В.Г. Паблік рілейшнз: наукові основи, методика практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Скарби, 2014. – 408 с.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: [навч. посіб.] / Г.Г. Почепцов. – К.: Знання, 2014. – 373 с.
6. Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: [навч. посіб.] / К.В. Савельєва. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 138 с.
7. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: [учеб. пособ.] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М.: Дело, 2014. – 272 с.
8. Моисеев В. Л. Паблик рилейшнз. Теория и практика: [учеб. пособ.] / В.Л. Моисеев. – СПб: Омега, 2011. – 376 с.
9. Слісаренко І. Ю. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління: [навч. посіб.] / І.Ю. Слісаренко. – К.: МАУП, 2011. – 104 с.
10. Ян В. В. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком: [учеб. пособ.] / В.В. Ян. – Х.: Гуман. Центр, 2013. – 480 с.

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – це допомога фахівцям засвоїти питання, що пов'язані з аналізом факторів зовнішнього і внутрішнього впливу і процесом прийняття рішення про купівлю продукції споживачем.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основних категорій та підходів до дослідження поведінки споживачів;

факторів внутрішнього та зовнішнього впливу на поведінку споживачів;

практичних навичок роботи зі споживачем та управління його поведінкою;

етапів процесу прийняття рішення споживачами;

застосування знань і розумінь:

уміння визначати напрями дій в організаціях, базуючись на дослідженнях поведінки споживачів;

уміння аналізувати дії споживача на кожному з етапів процесу прийняття рішення;

уміння визначати, які фактори впливають на поведінку споживачів;

уміння використовувати характеристики споживачів при сегментації;

формування суджень:

здатність передбачити зміни ринкової поведінки споживачів;

здатність оцінити реакцію покупців та у відповідності до цього прийняти управлінське рішення;

здатність змоделювати навички у дослідженні поведінки споживачів.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування, тестування, розв’язання ситуаційних завдань і задач, публікація тез доповідей і статей, виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська, англійська.

7. Опис навчальної дисципліни:

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Кількість кредитів ECTS – 5</td><td rowspan="4">Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »</td><td colspan="2">дисципліна самостійного вибору навчального закладу</td></tr>
<tr><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Модулів - 1
Змістових модулів – 2</td><td rowspan="4">Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td><td>5-й</td><td>6-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>30 год.</td><td>8-год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські:</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Індивідуальне науково-дослідне завдання -
Загальна кількість годин - 150</td><td rowspan="4"></td><td>30 год.</td><td>6-год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Тижневих годин для денної форми навчання:
аудиторних – 4.5
самостійної роботи студента – 7</td><td rowspan="4">ступінь: бакалавр</td><td>90 год.</td><td>136-год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні заняття:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td colspan="2">екзамен</td></tr>
</table>

8.Викладач

Кулінська А.В., к.держ.у., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Моделювання поведінки споживачів

Тема 1. Поведінка споживача в умовах економічного обміну.

1.1. Зміни в економічному середовищі.

1.2. Підходи до планування діяльності підприємства при взаємодії його із споживачами.

1.3. Стилі та обсяги комунікацій із споживачами.

Тема 2. Поняття, структура та сутність поведінки споживачів.

2.1. Поведінка споживачів при кількісній насиченості ринку.

2.2. Якісні вимоги споживачів до товарів та послуг.

2.3. Еволюція поведінки споживачів.

2.4. Різноманітність маркетингових підходів до визначення суті поведінки споживачів.

Тема 3. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживачів.

3.1. Класифікація факторів зовнішнього впливу.

3.2. Аналіз впливу зовнішніх факторів на споживачів.

3.3. Вибір ринкової поведінки організації при формуванні споживчого попиту.

3.4. Обмеження при виборі ринкової поведінки: організаційні та зовнішні.

Тема 4. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживачів.

4.1. Призначення і доцільність вивчення факторів внутрішнього впливу на поведінку споживачів.

4.2. Життєвий цикл родини та споживча поведінка.

4.3. Поведінка споживачів на різних етапах життєвого циклу товару.

4.4. Характеристики сприйняття товару споживачем.

4.5. Психологічні фактори та мотивація поведінки споживачів.

Тема 5. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем.

5.1. Модель процесу прийняття рішення споживачем.

5.2. Зовнішні джерела інформації в процесі прийняття рішення.

5.3. Процес прийняття рішення про покупку та види попиту.

5.4. Моделі поведінки споживачів та створення попиту.

5.5. Цінова еластичність попиту на товари.

Змістовий модуль 2. Методологічний інструментарій дослідження поведінки споживачів

Тема 6. Процес прийняття рішень індустріальним споживачем.

6.1. Політика розповсюдження промислових товарів.

6.2. Особливості попиту промислових підприємств та каналів товароруху.

6.3. Ціновий контроль індустріального споживача.

6.4. Ситуації, які впливають на рішення про покупку.

6.5. Прогнозування попиту при розповсюдженні індустріальних товарів.

Тема 7. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів.

7.1. Дослідження цінностей та мотивів споживачів.

7.2. Типи просування товарів.

7.3. Характеристика видів просування товарів, переваги та недоліки.

7.4. Ефективність довіри споживача до рекламної діяльності і пропаганди.

7.5. Вибір методів просування товару на ринок.

Тема 8. Поведінкова реакція покупців.

8.1. Етапи процесу сприйняття споживачем товару.

8.2. Види маркетингових стратегій в залежності від реакції покупців.

8.3. Поведінка організації на ринку при спілкуванні із споживачами.

8.4. Вибір ринкової стратегії в залежності від характеристик продукції та реакції споживача.

Тема 9. Кількісні дослідження поведінки споживачів.

9.1. Складання методик кількісних досліджень поведінки споживачів.

9.2. Методи, що базуються на моделюванні покупок або прямі оцінки.

9.3. Вимірювання ризику сприйняття нового товару споживачами.

9.4. Розрахунок індексу споживчих настроїв.

Тема 10. Якісні дослідження поведінки споживачів.

10.1. Стратегії лідерів ринку при дослідженнях поведінки споживачів.

10.2. Використання якісних досліджень споживачів для ринків.

10.3. Якісні дослідження цінностей та мотивів споживачів.

10.4. Дослідження мотивацій, направлених на упередження ризику.

10. Рекомендована література

1. Анурин В.Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: [учеб. пособ.] / В.Ф. Анурин, Е.В. Евтушенко. – СПб.: Питер, 2012. – 270 с.

2. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Професіонал, 2010. – 156 с.

3. Бєлявцев М.І. Маркетинг: [навч. посіб.] / М.І. Бєлявцев, Л.М. Іваненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 328 с.

4. Бойко И.И. Маркетинговые исследования (минимальный маркетинговый эксперимент): [учеб. пособ.] / И.И. Бойко. – К.: Кондор, 2009. – 280 с.

5. Вачевський М.В. Маркетинг. Формування професійної компетенції: [підручник] / М.В. Вачевський. – К.: Професіонал, 2013. – 512 с.

6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2012. – 712 с.

7. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: [навч. посіб.] / Л.Ф. Єжова. – К.: КНЕУ, 2012. – 560 с.

8. Зозулёв А.В. Поведение потребителей: [учеб. пособ.] / А.В. Зозулёв. – К.: Знання, 2012. – 364 с.

9. Куденко Н. Маркетингові стратегії фірми: [монографія] / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

10. Малиш О. Стратегічне позиціонування підприємств та обґрунтування напрямків їх ринкової поведінки / О. Малиш // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 2. – С. 39-46.

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – надання теоретичних знань щодо нормативно-правових актів у галузі захисту прав споживачів, а також формування практичних вмінь щодо аналізу і застосування норм права, які регулюють захист прав споживачів в Україні.

2. **Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:**

знання і розуміння:

основних прийомів та засобів захисту прав споживачів;

основних нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини в галузі захисту прав споживачів;

правового статусу учасників правовідносин у сфері виробництва та торгівлі;

практики застосування норм права що регулюють суспільні відносини у галузі захисту прав споживачів.

застосування знань і розумінь:

вміння швидко орієнтуватися у законодавстві, що регулює захист прав споживачів в Україні

вміння використовувати норми права, які регулюють суспільні відносини в галузі захисту прав споживачів;

вміння здійснювати досудовий захист прав споживачів;

вміння здійснювати судовий захист прав споживачів в Україні.

формування суджень:

здатність характеризувати сутність захисту прав споживачів;

здатність тлумачити чинне законодавство, що регулює суспільні відносини у галузі захисту прав споживачів;

здатність орієнтуватися в системі чинного законодавства, що регулює захист прав споживачів;

здатність визначити та охарактеризувати елементи правового статусу учасників правовідносин у галузі захисту прав споживачів.

3. **Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).**

4. **Цикл (короткий/перший/другий/третій):**

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	**Характеристика навчальної дисципліни**	
		денна форма	**заочна форма**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу. Обов`язкова.	
		Рік підготовки:	
		3-й	1-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		6д-й	2-й
		Лекції:	
		год.	год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		45 год.	год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин -		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 3		45 год.	год.
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		залік	

8. Викладач

Шульженко І.В., д.ю.н., доцент.

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Нормативно-правове забезпечення та система захисту прав споживачів.

Тема №1. Нормативно-правове забезпечення захисту прав споживачів.

1.1. Історичні передумови виникнення консумеризму. Основні історичні етапи розвитку консумеризму в світі і в Україні.

1.2. Загальна характеристика Закону України “Про захист споживачів”.
1.3. Система нормативно-правових актів щодо захисту прав споживачів.
1.4. Систематизація законодавства щодо захисту прав споживачів.

Тема №2.Система органів захисту прав споживачів в Україні.

2.1. Структура органів щодо захисту прав споживачів.
2.2. Компетенція спеціального органу виконавчої влади, у сфері захисту прав споживачів та його територіальних органів.
2.3. Повноваження органів місцевого самоврядування щодо захисту прав споживачів.
2.4. Права громадських організацій споживачів (об’єднань споживачів).

Тема №3. Загальні права споживачів.

3.1. Правове значення договору куплі-продажу для захисту прав споживачів.
3.2. Право споживачів на придбання товару належної якості. Правові наслідки у разі придбання ним товару неналежної якості.
3.3. Право споживачів на інформацію про товари і послуги.
3.4. Права споживача у разі порушення виконавцем умов договору про виконання робіт і надання послуг.
3.5. Право споживача на безпеку товарів (послуг).
3.6. Особистості відшкодування моральної шкоди.

Тема №4. Організація захисту прав споживачів на якість та безпечність товарів та послуг

4.1. Законодавче забезпечення реалізації права споживача на якість та безпечність товарів та послуг.
4.2. Вимоги щодо якості та безпеки товарів.
4.3. Система сертифікації в Україні. Органи сертифікації. Мета сертифікації та види сертифікатів.
4.4. Порядок отримання сертифіката.
4.5. Відповідальність за порушення норм, правил та стандартів визначених законами України.

Змістовий модуль 2. Реалізація прав споживачів та відповідальність за порушення прав споживачів.

Тема №5. Правове регулювання реклами.

5.1. Основні принципи рекламної діяльності.
5.2. Внутрішня та зовнішня реклама.
5.3. Реклама на телебаченні.
5.4. Недобросовісна та порівняльна реклами.
5.5. Реклама на транспорті.
5.6. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

Тема №6. Недобросовісна конкуренція.

6.1. Правова кваліфікація економічної конкуренції. Поняття монопольного становища.

6.2. Принципи, завдання та повноваження АМКУ.

6.3. Поняття та види недобросовісної конкуренції.

6.4. Правовий захист від недобросовісної конкуренції.

6.5. Відповідальність за недобросовісну конкуренцію.

Тема №7. Реалізація прав споживачів у сфері торгівлі.

7.1. Порядок заняття торгівельною діяльністю.

7.2. Правила торгівельного обслуговування населення.

7.3. Правила продажу непродовольчих товарів.

7.4. Правила продажу продовольчих товарів.

7.5. Правила роботи підприємств громадського харчування.

7.6. Правила торгівлі на ринках.

Тема №8. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

8.1. Загальні підстави відповідальності..

8.2. Цивільно-правова відповідальність.

8.3. Адміністративна відповідальність.

8.4. Кримінальна відповідальність.

10. Рекомендована література

1. Правила здійснення торгівельної діяльності – Х.: Фактор, 2002. – 302 с.
2. Захист прав споживачів: соціально – правовій аспект / За заг.ред. Л.В.Ніколаєвої. – К.:КНТЕУ,2002. – 312 с.
3. Чепурной И.П. Защита прав потребителей.-Уч.пособие-Ростов-Феникс,2003.- 416с.
4. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. - 1996. - №30. - Ст. 141.
5. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-XII // Відомості Верховної Ради України. - 1991. -№ 30. - С. 379.
6. Про реалізацію окремих положень Закону України "Про захист прав споживачів: Постанова Кабінету Міністрів України від 19 березня 1994р. № 172.
7. Про ветеринарну медицину: Закон України від 25 червня 1992 р. № 2498-XII // Відомості Верховної Ради України. - 1992. -№36. -Ст. 531.
8. Основи законодавства України про охорону здоров'я від 19 листопада 1992 р. №2801-XII // Відомості Верховної Ради України. -1993. - № 4. - Ст. 19.
9. Про карантин рослин: Закон України від 30 червня 1993 р. № 3348-XII // Відомості Верховної Ради України. - 1993. - № 34. - Ст. 352.

10. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення: Закон України від 24 лютого 1994 р. № 4004-ХП // Відомості Верховної Ради України. - 1994. - № 27. - Ст. 218.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – навчання студентів методології маркетингових досліджень та системи спеціальних знань, вмінь та навичок з проведення таких досліджень на підприємстві.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
сутності маркетингових досліджень та їх функції;
джерел, складу та структури інформаційного забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві;
способів програмування маркетингових досліджень на підприємстві;
процесу дослідження ринку;
напрямків дослідження товару, цін, збуту та комунікацій;

застосування знань і розумінь:
уміння обробляти та інтерпретувати результати маркетингових досліджень;
уміння обирати об'єкти маркетингових досліджень;
уміння обирати та застосовувати адекватні методи досліджень;
уміння формувати бази даних для вирішення стратегічних і поточних управлінських завдань;
уміння використовувати сучасні методи збору, обробки, передачі, зберігання та використання управлінської інформації;
уміння використовувати сучасні інформаційні технології для підтримки індивідуальної діяльності і комп'ютеризації процесу управління;

формування суджень:
здатність обирати засоби проведення маркетингових досліджень;
здатність обрати необхідну техніку для проведення маркетингових досліджень ринку, споживачів, конкурентів, товару, ціни, системи розподілу та збуту товарів, комплексу маркетингових комунікацій.
здатність визначати зміст та обсяг інформації, необхідної для підготовки управлінських рішень.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання задач; вирішення кейсів; виконання індивідуального завдання; публікація тез (60 балів).

підсумкове – курсова робота, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Кількість кредитів ECTS – 5</td><td rowspan="3">Галузь знань :
07 «Управління та адміністрування »</td><td colspan="2">Дисципліна самостійного вибору навчального закладу</td></tr>
<tr><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>4-й</td></tr>
<tr><td>Модулів - 1</td><td rowspan="4">Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Змістових модулів - 2</td><td>7-й</td><td>7-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>39 год.</td><td>6- год.</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Індивідуальне науково-дослідне завдання: підготовка рефератів, доповідей, проведення маркетингового дослідження за обраною темою</td><td rowspan="5">ступінь: бакалавр</td><td colspan="2">Практичні, семінарські:</td></tr>
<tr><td>26 год.</td><td>8- год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин - 150</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td>85 год.</td><td>136 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Тижневих годин для денної форми навчання:</td><td rowspan="4"></td><td colspan="2">Індивідуальні завдання:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td>аудиторних – 5</td><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td>самостійної роботи студента – 6.5</td><td colspan="2">курсова робота, екзамен</td></tr>
</table>

8. Викладач

Наторіна А.О., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Маркетингові дослідження як функція маркетингу

Тема 1. Предмет, завдання та зміст дисципліни «Маркетингові дослідження»

1.1. Предмет, мета та задачі дисципліни.
1.2. Місце дисципліни в навчальному процесі.

Тема 2. Зміст та види маркетингових досліджень
2.1. Маркетингові дослідження та їх види.
2.2. Міжнародний кодекс з практики маркетингових та соціальних досліджень.
2.3. Організація маркетингових досліджень.

Тема 3. Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень
3.1. Маркетингові інформаційні системи: сутність та структура.
3.2. Інформаційні технології в маркетингових дослідженнях.
3.3. Синдикативна інформація та її використання у маркетингових дослідженнях.

Тема 4. Процес маркетингових досліджень
4.1. Процедура та проблеми маркетингових досліджень.
4.2. Етапи процесу маркетингових досліджень.

Тема 5. Програма маркетингових досліджень
5.1. Засоби проведення маркетингових досліджень та їх вибір.
5.2. Дослідницький інструментарій: види та характеристика.
5.3. Розробка плану вибіркового обстеження.

Змістовий модуль 2. Формування та реалізація програми маркетингового дослідження

Тема 6. Реалізація програми маркетингових досліджень
6.1. Збір та аналіз даних.
6.2. Інтерпретація результатів дослідження.
6.3. Складання звіту про проведене дослідження.

Тема 7. Дослідження ринку
7.1. Напрямки дослідження ринку.
7.2. Аналіз і оцінка привабливості ринку.
7.3. Прогнозування розвитку ринку.

Тема 8. Дослідження конкурентів
8.1. Процес дослідження конкурентів.
8.2. Розробка профілю діяльності і профілю полярності.

Тема 9. Дослідження споживачів
9.1. Напрямки та зміст вивчення споживачів.
9.2. Вивчення потреб.
9.3. Аналіз і прогнозування попиту.
9.4. Типологія споживачів.

9.5. Моделювання поведінки споживачів.

Тема 10. Дослідження товарів
10.1. Дослідження конкурентоспроможності товару.
10.2. Рейтинг товару: сутність і визначення.

Тема 11. Дослідження цін
11.1. Напрямки вивчення цін.
11.2. Аналіз чутливості споживачів до ціни.

Тема 12. Аналіз збуту та системи розподілу
12.1. Аналіз збуту.
12.2. Дослідження та вибір постачальників і посередників.

Тема 13. Дослідження комплексу маркетингових комунікацій
13.1. Дослідження інтегрованих маркетингових комунікацій.
13.2. Дослідження реклами.
13.3. Дослідження стимулювання збуту.
13.4. Дослідження особистого продажу.
13.5. Дослідження зв'язків з громадськістю.

10. Рекомендована література

1. Аксьонов І.М. Маркетингові дослідження в торговельній мережі [Текст] : [монографія] / І.М. Аксьонов, Л.М. Коваль, С.В. Фертюк; [за ред. І.М. Аксьонова]. – Хмельницький: ХНУ, 2013. – 263 с.
2. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / А.В. Войчак; Київський національний економічний ун-т. – К.: КНЕУ, 2011. – 120 с.
3. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Текст]: підручник / А.В. Войчак, А.В. Федорченко; ред. А.В. Войчак; Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К.: КНЕУ, 2009. – 408 с.
4. Жегус О.В. Маркетингові дослідження ринку [Текст]: монографія / О.В. Жегус, Л.О. Попова, Т.М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х.: [ХДУХТ], 2010. – 176 с.
5. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С.М. Ілляшенко, М.Ю. Баскакова; Сумський держ. ун-т. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 192 с.
6. Косенков С.І. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С. І. Косенков. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2009. – 464 с.
7. Кошкалда І.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посібник / І.В. Кошкалда ; Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В. Докучаєва.

– Х.: [б.в.], 2009. – 158 с.
8. Ломовських Л.О. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посібник / Л.О. Ломовських; Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х.: [б.в.], 2014. – 116 с.
9. Луцій О.П. Маркетингові дослідження ринку продуктів харчування: організаційно-методичний аспект діяльності суб'єктів господарювання [Текст] / О.П. Луцій, Н.В. Васюткіна ; Європейський ун-т. – К.: Видавництво Європейського ун-ту, 2010. – 224 с.
10. Споживчий ринок України: маркетингові дослідження [Текст]: монографія / [О.М. Азарян та ін.]; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – 535 с.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Мета викладання навчальної дисципліни – оволодіння знаннями ефективного продажу продукції та послуг з метою прийняття ефективних виробничих, організаційних і наукових рішень на рівні сучасних умов.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
сутності, мети та завдань комунікаційної політики;
характеристики складових елементів комунікації;
ролі реклами у комунікаційній політиці;
методів організації персональних продажів;
форми стимулювання продажів;
сутності зв'язків з громадськістю;
значення ярмарок та виставок;
принципів організації комунікаційної діяльності на підприємствах;

застосування знань і розумінь:
уміння обирати найбільш ефективні засоби комунікації,
уміння розробляти макети носіїв реклами;
уміння розробляти фірмовий стиль підприємства;
уміння здійснювати персональний продаж;
уміння організовувати ярмарки та виставки;

формування суджень:
здатність оцінити ефективність комунікаційної діяльності підприємства;
здатність сформулювати ключове і додаткові комунікаційні повідомлення для різних сегментів цільової аудиторії;
здатність впливати на потенційних клієнтів, що знаходяться на різних стадіях рішення про покупку.

3. Дисципліни самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; написання есе; виконання індивідуального науково-дослідного завдання (розробка макетів друкованої

комерційної, соціальної, зовнішньої комерційної реклами, фірмового стилю підприємства); виконання самостійної роботи; публікація тез доповідей або участь у конференції за межами університету (60 балів);.

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		4-й	4-й
Модулів – 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів – 2		7-й	8-й
		Лекції:	
		39 год.	6 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання: розробка макетів друкованої комерційної, соціальної, зовнішньої комерційної реклами, фірмового стилю підприємства	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85 год.	136-год.
		Індивідуальні завдання:	
аудиторних – 5		-	
самостійної роботи студента – 6,5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

9. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

ТЕМА 1. КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

1.1. Маркетингові комунікації: цілі, завдання та функції

1.2. Комплекс маркетингових комунікацій
1.3. Модель процесу комунікації
1.4. Нормативно-правове регулювання рекламної діяльності підприємства (Закон Україні «Про рекламу»)

ТЕМА 2. РЕКЛАМУВАННЯ ТОВАРУ
2.1. Значення реклами в маркетингу
2.2. Цілі і види реклами
2.3. Канали поширення реклами
2.4. Планування рекламної діяльності виробника
2.5. Особливості створення ефективного рекламного звернення

ТЕМА 3. СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ
3.1. Особливості стимулювання збуту
3.2. Стимулювання збуту на етапах життєвого циклу товару
3.3. Види стимулювання збуту

ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЯ PR
4.1. Сутність PR
4.2. Внутрішній та зовнішній PR
4.3. Методи й інструменти PR
4.4. Кризовий PR

ТЕМА 5. ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ
5.1. Прямий маркетинг, його особливості
5.2. Форми та цілі прямого маркетингу
5.3. Комунікативні особливості інтерактивного маркетингу

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 6. ОРГАНІЗАЦІЯ ВИСТАВОК І ЯРМАРКІВ
6.1. Виставки та ярмарки - суть, цілі, види, порядок проведення
6.2. Організація участі підприємства у виставках та ярмарках

ТЕМА7. ПЕРСОНАЛЬНИЙ ПРОДАЖ ТОВАРІВ
7.1. Персональний продаж у комунікативному процесі: види, організаційні форми, функції
7.2. Модель процесу персонального продажу
7.3. Етапи процесу персонального продажу
7.4. Організація управління торговельним персоналом

ТЕМА 8. ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ
8.1. Сутність, завдання та особливості застосування інтегрованих маркетингових комунікацій на підприємстві

8.2. Принципи інтегрованих маркетингових комунікацій
8.3. Механізм формування інтегрованих маркетингових комунікацій
8.4. Управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями на підприємстві

ТЕМА 9. СПОНСОРУВАННЯ
9.1. Спонсорування: сутність та основні категорії
9.2. Класифікація спонсорування й організація маркетингових заходів зі спонсорування
9.3. Методи комунікативної підтримки спонсорства
9.4. Проведення кампанії зі спонсорування

ТЕМА 10. БРЕНДИНГ
10.1. Брендинг: поняття та сутність
10.2. Класифікація брендів та етапи їх формування
10.3. Стратегії бренду
10.4. Моделювання та позиціонування бренду

ТЕМА 11. ОРГАНІЗАЦІЯ, ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
11.1. Особливості організації маркетингових комунікацій на підприємстві
11.2. Стратегії та планування маркетингових комунікацій
11.3. Методика оцінки ефективності маркетингових комунікацій
11.4. Оцінювання застосування елементів маркетингових комунікацій
11.5. Комплексна оцінка результату впливу маркетингових комунікацій у рекламній кампанії

10. Рекомендована література

1. Владимирська А.О. Реклама: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / А. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К.: Кондор, 2009. – 334 с.
2. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., що навчаються за спец. Соціологія , Реклама та зв'язки з громадськістю / М.Н. Єнін; Держ. закл. Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ: ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2012. – 167 с.
3. Загородній А.Г. Торгівля. Маркетинг. Реклама: термінол. слов. / Анатолій Загородній, Геннадій Вознюк, Ігор Комарницький; Нац. ун-т Львів. політехніка . – Л.: Вид–во Львів. політехніки, 2011. – 311 с.
4. Коваленко О.В. Реклама: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Коваленко, І. Ю. Кутліна, М. В. Потабенко; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – К.: Вид. дім Персонал , 2010. – 96 с.
5. Колісниченко Т.В. Організація комунікації (реклама та паблік рилейшнз) як поліпарадигмальний феномен: [монографія] / Т.В. Колісниченко, В.В. Мироненко; Дніпропетр. Нац. ун-т ім. Олеся Гончара. –

Дніпропетровськ: Середняк Т. К. [вид.], 2014. – 167 с.
6. Котлер Ф. Новые маркетинговые технологии: методики создания гениальных идей / Ф. Котлер, Ф. Триас де Без; пер. с англ. Т.В. Виноградова, Л.Л. Царук; ред. пер. ТэТ. Р. Тэор. – СПб.: Издательский Дом Нева, 2004. – 190 с.: рис., табл. – (Выбор журнала Секрет фирмы) (Серия Современный бизнес).
7. Ляпина Т.В. Бизнес и коммуникации или Школа современной рекламы: экспресс-курс современной рекламы / Т.В. Ляпина. – К.: Альтерпрес, 2012. – 336 с.
8. Мазаракі А.А, Торгова реклама: теорія і практика управління: монографія / А. А. Мазаракі [и др.]; Київський національний торговельно–економічний ун-т. – К.: [б.в.], 2009. – 188 с.
9. Маркетинг: Підручник. За грифом МОН України. – К.: Навч.-метод. центр Консорціум з удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2009.
10. Маркетингові комунікації в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств торгівлі на міжнародному ринку: монографія / Т. В. Андросова, О. В. Кот, О. А. Круглова, Т. В. Шталь; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 173 с.: рис., табл.

ЛОГІСТИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системних знань і розуміння концептуальних основ логістики, теорії і практики розвитку цього напряму і придбання навичок самостійної роботи щодо засвоєння навчального матеріалу стосовно сучасних методів управління матеріальними та іншими потоками в сучасних умовах.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

актуальності, перспектив і необхідністі розвитку логістики на підприємстві;

методичного інструментарію розробки і реалізації завдань логістики на підприємстві;

особливостей функціонального логістичного менеджменту, що передбачає вивчення окремих функціональних областей логістики: постачання, виробництво, розподіл, склад, транспорт, запаси, сервіс.

застосування знань і розумінь:

уміння ефективно планувати, організовувати та керувати матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками;

уміння користуватися сучасними інформаційними технологіями в логістиці;

уміння складати відповідні документи стосовно прийомки, зберігання та відпуску матеріальних ресурсів;

уміння проводити аналіз ефективності впровадження логістичної системи управління на підприємстві.

формування суджень:

здатність визначати необхідні обсяги постачання, складування та транспортування матеріальних ресурсів;

здатність створювати і впроваджувати логістичні системи на підприємствах;

здатність використовувати інструментарій логістики для розробки стратегії та тактики діяльності підприємства;

здатність аналізувати і управляти логістичними системами, розробляти і приймати управлінські рішення щодо оптимізації логістичних систем.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	4-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		7-й	7-й
		Лекції:	
		39 год.	8 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		85 год.	136 год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 6,5		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач
Дорофєєва Х.М., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль І. Основні види логістики

Тема 1. Концептуальні основи логістики
1.1. Історія трансформації поняття логістика.
1.2. Загальна мета та завдання логістики.
1.3. Актуальність і економічний ефект логістики.

Тема 2. Концепції логістики
2.1. Тенденції, що обумовили розвиток логістики.
2.2. Етапи розвитку логістики.
2.3. Основні положення концепції логістики.

Тема 3. Методологія та наукова база логістики
3.1. Поняття та сутність логістичних систем.
3.2. Методологія створення логістичних систем.

Тема 4. Логістика закупок та розміщення замовлень
4.1. Сутність, завдання та процесс логіки закупок.
4.2. Визначення потреби у матеріалах.
4.3. Організація взаємодії з постачальником.
4.4. Управління замовленнями. Економічний розмір закупки.

Тема 5. Виробнича логістика
5.1. Цілі, завдання та функції виробничої логістики.
5.2. Системи управління матеріальними потоками.
5.3. Внутрівиробничі логістичні системи.

Тема 6. Логістика розподілу
6.1. Сутність і завдання логістики розподілу.
6.2. Структура та принципи функціонування каналів розподілу.
6.3. Логістичні посередники, їх класифікація та функції.
6.4. Координація та інтеграція дій логістичних посередників.
6.5. Проектування логістичних систем.

Тема 7. Логістика запасів
7.1. Поняття та класифікація запасів.
7.2. Системи управління запасами.
7.3. ABC-аналіз і XYZ-аналіз вуправлінні товарними запасами.

Змістовий модуль II. Забезпечувальні види логістики

Тема 8. Логістика складування
8.1. Склад як інтегрована складова частика в логістичному ланцюгу.
8.2. Проблеми ефективного функціонування складу.
8.3. Організація логістичного процесу на складі.
8.4. Місце тари та упакування в скороченні логістичних затрат.

Тема 9. Транспортна логістика
9.1. Сутність та завдання транспортної логістики.
9.2. Альтернативні вирішення транспортного логістики.
9.3. Транспортні тарифи.

9.4. Сучасні телекомунікаційні системи супроводження вантажних перевезень.

Тема 10. Інформаційна логістика
10.1. Теоретичні аспекти інформаційної логістики.
10.2. Сучасні інформаційні технології логістичного управління.

Тема 11. Логістичний сервіс.
11.1. Схема документообігу господарсько-правових забов'язань в логістиці.
11.2. Правове регулювання міжнародної логістики.

10. Рекомендована література

1. Бродецкий, Г. Л. Экономико-математические методы и модели в логистике. Потоки событий и системы обслуживания : учеб. пособие для студ. вузов по спец. "Логистика и упр. цепями поставок" / Г. Л. Бродецкий . ─ М. : Академия, 2009 . ─ 272 с.
2. Окландер, М. А. Логістика: підручник. - К.: Центр учбової літератури, 2008. - 346 с.
3. Логістика : підручник / Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівліім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2011. – 424 с;
4. Денисенко М. П., Левковець П. Р., Михайлова Л. І. та ін. Організація та проектування логістичних систем: Підручник / за ред. проф. М. П. Денисенка, проф. П. Р. Лековця, проф. Л. І. Михайлової. — К: Центр учбової літератури, 2010. — 336 с.
5. Логістика : навч. посіб. / О. І. Гуторов, О. І. Лебединська, Н. В. Прозорова ; М-во аграр. політики та продовольства України, Харківський нац. ун-т ім. В. В. Докучаєва. - Харків : Міськдрук, 2011. - 322 с.
6. Ковалев К. Ю., Уваров С. А., Щеглов П.Е. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть. – СПб.: Питер, 2007. – 272 с.
7. Логістика: теорія та практика : навч. посіб. / В.Кислий [та ін.] ; М-во освіти і науки України, Сумський держ. ун-т. - К. : Центр учбової літератури, 2010. - 359 с.
8. Гаджинский А.М. Логистика: [учебник для высш. и сред. спец. учеб. заведений] / А.М. Гаджинский – [18-е изд., перераб. и доп.] – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 484 с.
9. Логістична інфраструктура: теоретичний аспект : препринт / О.Сумець, Т.Бабенкова ; Харківський нац. техн. ун-т сільського госп-ва ім. Петра Василенка. - К. : Хай-Тек Прес, 2010. - 46 с.
10. Організація та проектування логістичних систем : підручник / М. П. Денисенко [та ін.]; за ред. М. П. Денисенка [та ін.] ; М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т технологій та дизайну, Нац. транспорт. ун-т, Сумський Нац. аграрний ун-т - К. : Центр учбової літератури, 2010. - 333 с.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1.Мета викладання навчальної дисципліни – формування комплексу теоретичних знань і практичних навичок щодо формування та реалізації кадрової політики в сучасних підприємствах, раціонального відбору працівників на посади та формування дієвого трудового колективу, оцінювання та розвитку працівників, а також цілеспрямованого використання їх потенціалу.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

формування ефективної системи управління персоналом у підприємстві;

обґрунтування концептуальних засад та методологічних принципів управління персоналом;

формування та аналіз стану кадрової політики підприємства;

проектування системи управління персоналом та нормативної чисельності працівників кадрової служби підприємства;

управління соціальним розвитком трудового колективу;

формування успішної команди як соціального утворення;

застосування сучасних методів планування та прогнозування потреб у персоналі;

організування набору і відбору персоналу у підприємстві;

навчання, підвищення кваліфікації та перекваліфікація працівників на етапі розвитку персоналу підприємства;

управління діловою кар'єрою та службово-професійним рухом управлінців з метою їх розвитку;

атестування персоналу та використання результатів у системі мотивування;

оцінювання ефективності та результативності управління персоналом

застосування знань і розумінь:

вміти характеризувати індивідуальні особливості (сильні та слабкі риси характеру) працівника підприємства;

знати джерела пошуку кандидатів на вакантні посади у підприємство та обирати з них найбільш економічно доцільні;

володіти методами ефективного комплектування штату та адаптації працівників на підприємстві;

вміти проводити співбесіду з кандидатами на вакантні посади у підприємство та аналізувати анкетні дані;

- складати план заходів із профорієнтаційної роботи в трудовому колективі підприємства;

розробляти пропозиції до плану соціального розвитку трудового колективу підприємства;

володіти методами раціонального оцінювання працівників та вміти їх застосовувати в кожному конкретному підприємстві;

мати цілісне уявлення про систему розвитку персоналу підприємства;

знати форми та методи навчання працівників та застосовувати їх залежно від потреб підприємства;

володіти навичками розрахунку показників руху персоналу у підприємстві;

вміти документально оформляти рух працівників на підприємстві;

мати уявлення про сутність соціального партнерства у підприємстві та знати зміст колективного договору;

вміти забезпечувати високий рівень трудової дисципліни працівників на підприємстві та підвищувати його;

готувати пропозиції щодо проведення економічно обґрунтованої політики вивільнення персоналу та попередження плинності персоналу;

вміти оцінювати рівень ефективності роботи з персоналом підприємства за різними показниками.

формування суджень:

- здатність розуміти сучасні проблеми управління персоналом в Україні;
- здатність розуміти місце та значення управління персоналом у системі менеджменту організацій;
- здатність розуміти сутність системного підходу до змісту функцій з управління персоналом в організації;
- здатність забезпечувати процес управління персоналом необхідною інформацією та документацією, вміти будувати активну кадрову політику підприємства, зокрема, визначати основні заходи з її формування та реалізації;
- здатність проводити кадрове планування з метою визначення оптимальної чисельності та структури працівників;
- здатність проводити об’єктивний аналіз кадрової роботи на основі кадрового моніторингу;
- здатність розробляти необхідні кадрові документи;
- здатність будувати раціональну структуру кадрової служби підприємства;
- здатність застосовувати основні статті трудового законодавства в Україні за ситуацією;
- здатність формувати згуртований колектив підприємства та управляти ним.

3. Дисципліна за вибором студента (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей (60 балів).
підсумкове – екзамен, курсова робота (40 балів)

6. Мова викладання:
українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	4-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		8-й	8-й
		Лекції:	
		30год.	6-год
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		20 год.	8год
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	100 год.	136-год
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 10		**Вид контролю:**	
		Екзамен	

8.Викладач

Кулінська А.В., к.держ.у., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи управління персоналом підприємства

Тема 1. **Управління персоналом у системі менеджменту підприємств**
1.1. Роль і значення управління персоналом як науки і навчальної дисципліни.
1.2. Управління персоналом як часткова функція менеджменту.

1.3 Етапи історичного розвитку управління персоналом.

Тема 2. Управління персоналом як соціальна система
2.1. Поведінка індивідів та груп в комерційних організаціях.
2.2. Структура і чисельність персоналу підприємства.
2.3. Вимоги до професійно-кваліфікаційного рівня працівників.
2.4. Компетентність працівника: сутність, види.
2.5 Рамки комепетеції та особистий розвиток.

Тема 3. Керівництво та комунікації в колективі

3.1 Керівництво, управління та нагляд в організації.
3.2 Мотивування індивідів в колективі.
3.3 Комунікації в бізнесі.

Тема 4. Формування колективу підприємства
4.1 Колектив як соціальна група.
4.2 Етапи створення і розвитку трудового колективу.
4.3 Структура та ефективність роботи трудового колективу.
4.4 Корпоративна культура в системі управління персоналом підприємства.

Тема 5. Згуртованість і соціальний розвиток колективу

5.1 Згуртованість колективу: сутність, стадії.
5.2 Соціально-психологічні особливості колективу як об'єкту управління.
5.3 Конфлікт як форма комунікації. Бар'єри непорозуміння та шляхи їх подолання.
5.4 Соціальні ролі і відносини в колективі. Колективна творчість.

Змістовий модуль 2. Зміст процесу управління персоналом підприємства

Тема 6. Кадрова політика підприємства
6.1. Поняття і значення сучасної кадрової політики підприємств.
6.2.Стратегії управління персоналом підприємства.
6.3. Зміст кадрової політики на різних етапах життєвого циклу підприємства.

Тема 7. Служби персоналу: організація і функції

7.1. Організація роботи кадрової служби підприємства.
7.2. Діловодство в роботі кадрової служби підприємства.

Тема 8 . Кадрове планування у підприємств
8.1. Кадрове планування у підприємстві: значення, цілі, задачі, принципи, етапи.

8.2. Стратегії різноманітності та однакових можливостей при плануванні людських ресурсів.
8.3. Види планування роботи з персоналом підприємства.
8.4 Прогнозування в управлінні персоналом. Визначення потреби підприємства в персоналі.

Тема 9. Організація набору і відбору персоналу
9.1 Наймання персоналу у підприємство. Залучення персоналу.
9.2 Відбір персоналу.
9.3 Професійна орієнтація в системі управління персоналом.
9.4 Управління трудовою адаптацією.
9.5 Навчання на робочому місці.

Тема 10. Управління процесом розвитку і рухом персоналу підприємства
10.1. Кар'єра: сутність, види, етапи.
10.2 Управління кар'єрою персоналу.
10.3 Навчання персоналу.
10.4 Планування і підготовка кадрового резерву. правління мобільністю кадрів.
10.5 Планування і підготовка кадрового резерву.

Тема 11. Управління процесом вивільнення персоналу
11.1. Способи вивільнення персоналу. Організація процесу звільнення.
11.2. Управління плинністю кадрів у підприємстві.
11.3 Управління безпекою персоналу.

Тема 12. Соціальне партнерство у підприємстві: сутність і функції.
12.1 Соціальне партнерство у підприємстві: сутність і функції.
12.2 Система регулювання соціально-трудових відносин у підприємстві.
12.3 Колективний договір як засіб зміцнення соціального партнерства

Тема 13. Ефективність управління персоналом підприємства
13.1 Економічна, соціальна і організаційна ефективність управління персоналом підприємства.
13.2 Оцінка комплексної ефективності управління персоналом підприємства.
13.3 Ділове оцінювання персоналу підприємства: сутність, задачі, види, зміст і методологія
13.4 Ділове оцінювання персоналу підприємства: сутність, задачі, види, зміст і методологія
13.5 Оцінювання спеціалістів і керівників у підприємстві.
13.6 Атестація персоналу підприємства.

10. Рекомендована література

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом: підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: «ЦУЛ», 2011.- 512 с.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом : учебник для вузов / А.П. Егоршин. – 6-е изд., перераб. и доп. – Н.Новгород: НИМБ, 2010. – 1100 с.
3. Жуковська В.М. Управління персоналом. Практикум: навч. посіб. / В.М. Жуковська, І.П. Миколайчук; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К.: Академвидав, 2008. – 606 с.
4. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / В.М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін.; за заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2011. – 398 с.
5. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 638 с. – (Серия «Высшее образование»).
6.Хруцкий В.Е. Оценка персонала. Критика теории и практики применения системы сбалансированных показателей / В.Е. Хруцкий, Р.А. Толмачев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 224 с.
7. Хміль Ф.І. Управління персоналом : підручник для студ. вищ. навч. закладів / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2006. – 488 с.
8. Колосова Р.П. Экономика персонала : учебник / Р.П. Колосова, Т.Н. Василюк, М.В. Артамонова, М.В. Луданик. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 896 с.
9.Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебное пособие / А.Р. Алавердов, Е.О. Куроедова, О.В. Нестерова. - М.: МФПУ Синергия, 2013. - 192 с.
10. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом. Практикум: Учебное пособие для студентов вузов / Т.Ю. Базаров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. Бедяева, Т.В. Управление персоналом на предприятии туризма: Учебник / Т.В.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування товару, оптимізації маркетингової товарної політики, розробки товарів і послуг ринкової новизни.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

– сутності товару;
– особливостей життєвого циклу товарів;
– правил створення нових товарів;
– ринкової атрибутики товарів масового споживання;
– принципів формування асортименту товарів на підприємстві;
– поведінки споживачів;

застосування знань і розумінь:

– уміння працювати з вторинною інформацією і отримувати первинну інформацію про ринкову кон'юнктуру;
– уміння досліджувати динаміку попиту і переваги споживачів;
– уміння формувати оптимальний асортимент з використанням маркетингових інструментів;
– уміння просувати товару і переконувати споживачів в унікальності його переваг;
– уміння розробляти «радар конкурентоспроможності» на основі експертних оцінок;

формування суджень:

– здатність аналізувати конкурентоспроможність продукції і розраховувати її рейтинг;
– здатність проводити роботу по елімінуванню і\або продовженню життєвого циклу товару.

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань та задач; публікація тез доповідей; виконання індивідуального науково-дослідного завдання (60 балів);

підсумкове – курсова робота, екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Кількість кредитів ECTS – 5</td><td rowspan="3">Галузь знань :
07 «Управління та адміністрування »</td><td colspan="2">Дисципліна самостійного вибору навчального закладу</td></tr>
<tr><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>4-й</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td rowspan="4">Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Змістових модулів – 2</td><td>8-й</td><td>8-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>30 год.</td><td>6 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="4">Індивідуальне науково–дослідне завдання: формування маркетингової товарної політики підприємства</td><td rowspan="5">ступінь: бакалавр</td><td colspan="2">Практичні, семінарські:</td></tr>
<tr><td>20 год.</td><td>8 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин – 150</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Тижневих годин для денної форми навчання:</td><td>100 год.</td><td>136 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання:</td></tr>
<tr><td>аудиторних – 4</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">самостійної роботи студента – 7,5</td><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td colspan="2">курсова робота, екзамен</td></tr>
</table>

11. Викладач

Наторіна А.О., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 - ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 1. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Місце та роль маркетингової товарної політики в системі управління підприємством
1.2. Сутність маркетингової товарної політики
1.3. Структура, цілі та завдання маркетингової товарної політики
1.4. Поняття «продукт» та «товар» у маркетингу
1.5. Показники товарної номенклатури і товарного асортименту
1.6. Формування та реалізація маркетингової товарної політики підприємства

ТЕМА 2. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА МЕТОДИ ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ
2.1. Поняття якості продукції
2.2. Показники оцінки якості та їх класифікація
2.3. Управління якістю продукції

ТЕМА 3. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ ТА ЇЇ ПОКАЗНИКИ
3.1. Поняття конкурентоспроможності товару підприємства
3.2. Методи оцінювання конкурентоспроможності товару. Одиничні, параметричні та інтегральні показники конкурентоспроможності товару багатокутник
3.3. Напрями підвищення конкурентоспроможності товару

ТЕМА 4. УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ТОВАРІВ ТА ТОВАРНИМ ПОРТФЕЛЕМ
4.1. Життєвий цикл товару на ринку: концепція та основні етапи
4.2. Види життєвих циклів товару, їх графічна інтерпретація
4.3. Управління життєвим циклом товару
4.4. Товарний портфель підприємства: аналітичний інструментарій та методи формування
4.5. Оптимізація товарного портфелю підприємства

ТЕМА 5. УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ АТРИБУТИКОЮ ТОВАРІВ
5.1. Товарна марка та її різновиди. Марочні стратегії
5.2. Товарний знак: основні функції та порядок реєстрації
5.3. Упаковка товару
5.4. Особливості управління елементами ринкової атрибутики товару

ТЕМА 6. ПЛАНУВАННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ І РОЗРОБЛЕННЯ ТОВАРУ
6.1. Поняття нового товару та значення товарних інновацій
6.2. Концептуальні основи управління інноваційним процесом на засадах маркетингу
6.3. Процес планування нової продукції
6.4. Етапи розробки та виведення нового товару
6.5. Комерціалізація нового товару

Змістовий модуль 2 - УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

ТЕМА 7. ЦІЛЬОВИЙ РИНОК ТОВАРУ І МЕТОДІКА ЙОГО ВИБОРУ

7.1. Цільовий ринок і цільовий сегмент ринку

7.2. Методика вибору цільового ринку. Методи сегментування: метод побудови сітки сегментування, метод угрупувань, метод багатомірного статистичного аналізу

7.3. Стратегії маркетингу в залежності від рівня сегментації ринку

ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОМ

8.1. Управління товаром на рівні марки

8.2. Управління товаром на рівні товарного асортименту

8.3. Управління товаром на рівні товарної номенклатури

ТЕМА 9. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ

9.1. Стратегічне управління маркетингової товарної політикою підприємства

9.2. Визначення ефективності маркетингової товарної політики підприємства

ТЕМА 10. ПРИЗНАЧЕННЯ ТА ВИДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ

10.1. Сутність ідентифікації товарів

10.2. Стандартизація та сертифікація товарів

10.3. Штрихове кодування товарів

10. Рекомендована література

1. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика [Текст]: підручник для студ. вищ. навч. закл. / С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2012. – 232 с.
2. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика [Текст]: навч.-метод. посібник для самост. вивчення дисципліни / В. Я. Кардаш, М.Ю. Антонченко; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. – 3. вид., доп. та перероб. – К. : КНЕУ, 2013. – 248 с.
3. Корольчук О.П. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.П. Корольчук, І.Р. Лошенюк, Г.В. Любківська; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 345 с.
4. Кучеренко В.Д. Маркетингова товарна політика [Текст]: підручник / В.Д. Кучеренко, Н.Б. Ткаченко; Київський національний торговельно-економічний ун-т. – К.: КНТЕУ, 2015. – 186 с.
5. Маркетингова товарна політика [Текст] : підруч. / С.І. Чеботар [та ін.]. – К.: Преса України, 2007. – 263 с.
6. Маркетингова товарна політика [Текст]: підручник / [Євген Крикавський та ін.]; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – 3-тє вид., допов. і переробл. – Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2012. – 357 с.

7. Маркетингова товарна політика [Текст]: підручник / Н. О. Криковцева [та ін.]; за ред. проф. Н. О. Криковцевої. – К.: Знання, 2012. – 183 с.
8. Окландер М.А. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / М.А. Окландер, М.В. Кірносова; Одес. нац. політехн. ун-т. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 207 с.
9. Романенко Л.Ф. Маркетингова товарна політика [Текст]: навч. посібник / Л. Ф. Романенко; Відкритий міжнародний ун-т розвитку людини «Україна». – К. : ун-т «Україна», 2009. – 106 с.
10. Хамініч, С. Ю. Маркетингова товарна політика [Текст]: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / С.Ю. Хамініч ; Дніпропетровський національний ун-т ім. Олеся Гончара. – Д.: Наука і освіта, 2010. – 200 с.

МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – вивчення основ розробки цінової політики підприємства і розвиток практичних навичок з обґрунтування цінової стратегії і тактики з урахуванням особливостей вітчизняних підприємств.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

економічної сутності понять "ціна", "ціноутворення" та "маркетингова цінова політика", їх місця в системі маркетингу;

ієрархії взаємозв'язків між категоріями "ринок", "закон вартості", "ціна";

теоретичних засад та категоріального апарату розробки маркетингової цінової політики підприємства;

сутності та механізму використання цінових та нецінових методів конкуренції;

класифікації цін в залежності від ознак, які покладені в основу групування;

комплексу проблем, які виникають у процесі ціноутворення;

відмінності маркетингового підходу до ціноутворення від класичної теорії цін;

стратегічної структурності та стратегічної процесуальності циклу ціноутворення, послідовності його етапів, їх нормативної структури та взаємообумовленості;

застосування знань і розумінь:

уміння розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів;

уміння розрахувати ціни виробництва, оптової (відпускної) ціни підприємства та промисловості, роздрібної ціни;

уміння скласти калькуляції роздрібної ціни;

уміння розрахувати індекси цін та використовувати індекси для проектування цін;

уміння визначати короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі для розробки цінової стратегії;

уміння встановлювати пріоритети в процесі розробки цінової стратегії;

уміння розраховувати вірогідні реакції системи на зміну попиту;

формування суджень:

формувати, підтримувати довготривалі та доброзичливі стосунки з замовниками продукції, постачальниками сировини та матеріалів;

запобігати виникненню конфліктних ситуацій в процесі виконання замовлень на продукцію або послуги підприємства;

підтримувати постійні контакти з підприємствами-конкурентами, досліджувати їх цінову політику;

враховувати інтереси замовників продукції при встановленні цін на товари;

3. Дисципліна самостійного вибору навчального закладу (обов`язкова).

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, публікація тез доповідей, статей (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни:

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		4-й	5-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		8-й	9-й
		Лекції:	
		30 год	6год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		20 год	8год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		100 год.	136год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7,6		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

Лохман Н.В., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи ціноутворення.

Тема 1. Введення в ціноутворення.

1.1. Місце ціноутворення в концепції маркетингу. Сутність ціни як категорії ринкового господарства.

1.2. Концепції ціноутворення в працях економістів. Еволюція теорії цін. Сутність ціни в теоріях економії багатства, економії праці, нетрудової вартості, мікро- та макроекономіки.

1.3. Процес формування цін виробника та покупця. Формування цін продавця та покупця. Трактовка ціни як оптимальної величини, яка забезпечує максимальні потреби покупця і прибуток продавця. Зміст процесу ціноутворення та принципів, покладених в основу цього процесу.

Тема 2. Формування цінової політики.

2.1. Сутність і роль цінової політики в сучасній економіці. Сутність і роль цінової політики як діяльності по встановленню цін та управлінню ними. Стратегічні та тактичні аспекти цінової політики.

2.2. Функції цін. Функції ціни, їх зміст та взаємозв'язок.

2.3. Основні принципи формування цінової політики. Принципи формування цінової політики.

2.4. Ціноутворення на різних типах ринку. Особливості ціноутворення на різних за своєю конкурентністю ринках.

2.5. Ціноутворення при виборі різних видів цінової політики. Аналіз конкуренції за М. Портером.

Тема 3. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики.

3.1. Психологічне сприйняття ціни. Завдання цінової політики забезпечити стійку конкурентоздатність та високу прибутковість капіталу.

3.2. Вплив цін на обсяги продажів. Життєвий цикл товару і формування системи цін в рамках цього циклу. Важливість диверсифікації цін як інструмента маркетингової цінової політики.

3.3. Цінова еластичність. Форми диверсифікації цін за доходами покупців, обсягом споживання, категорією товарів, часом. Тактика ціноутворення.

3.4. Вплив витрат на ціни. Роль досліджень попиту, пропозиції, витрат, еластичності при встановленні цін.

3.5. Варіанти цінової політики. Аналіз цінової політики і тактики конкурентів для визначення цін фірми.

Тема 4. Система цін та їх класифікація.

4.1. Класифікація цін. Ознаки, що покладені в основу класифікації цін.

4.2. Види цін залежно від обороту, галузей та сфер економіки.

4.3. Види цін за умовами відшкодування споживачем вартості транспортних засобів.

4.4. Види цін за ступенем державного впливу, регулювання, концентрації ринку.
4.5. Ціни з погляду можливості одержання інформації щодо них.
4.6. Види цін, що використовуються в статистиці.
4.7. Види цін за засобом встановлення та фіксації. Характеристика цін: залежно від обороту, галузей та сфер економіки; за умовами відшкодування споживачем вартості транспортних засобів щодо доставки товарів; за ступенем державного впливу та регулювання; з погляду можливості одержання інформації; тих, що використовуються в статистиці; за засобом встановлення та фіксації.

Тема 5. Фактори маркетингового ціноутворення.
5.1. Цінова і нецінова конкуренція. Історичний огляд зміни поглядів на роль ціни як найважливішого чинника при формуванні маркетингового комплексу.
5.2. Ціноутворюючі фактори. Сутність ціноутворюючих факторів з точки зору: ступеня впливу на ціну; стабільності впливу; характеру зміни цін та факторів; місця появи факторів; впливу на характер зміни цін. Вплив суб'єктів, що вступають в економічні стосунки, на процес формування цін.

Тема 6. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу.
6.1. Формування цінової політики фірми. Послідовність дій при формуванні цінової політики від встановлення цілей до розробки ціни та проведення аналізу цінових рішень.
6.2. Політика цін, що змінюються.
6.3. Методи розрахунку цін.
6.4. Витратні методи ціноутворення.
6.5. Ціноутворення на основі кривої досвіду.
6.6. Ринкові методи ціноутворення. Процес встановлення цін на основі використання витратних методів, закону урахування попиту на товар, політики конкурентів, урахування корисності товару для споживачів. Визначення умов застосування перелічених методів, їх позитивних та негативних рис.
6.7. Економіко-математичні методи ціноутворення.

Тема 7. Процедура прийняття рішень щодо визначення ціни.
7.1. Базові підходи до ціноутворення.
7.2. Загальна схема ціноутворення. Послідовність етапів розрахунку ціни, що починається з визначення поставлених задач і закінчується визначенням базової ціни та системи знижок.
7.3. Встановлення ціни на принципово новий товар. Сутність підходів до ціноутворення нових товарів, послідовність виконання.
7.4. Встановлення ціни на новий для фірми товар. Розбіжності в процедурі встановлення ціни на товари, що відрізняються ступенем новизни.

Змістовий модуль 2. Стратегія і тактика маркетингового ціноутворення

Тема 8. Коригування ціни.

8.1. Сутність коригування ціни. Загальний вигляд алгоритму коригування цін. Аналіз внутрішніх факторів, які впливають на ціни (собівартості та норми прибутку), та врахування їх зміни при встановленні остаточної ціни.

8.2. Умови, що викликають необхідність коригування ціни. Коригування цін при зміні стратегічних цілей підприємства по конкретному товару. Вибір найбільш припустимої цінової стратегії.

8.3. Методи коригування ціни. Коригування цін в рамках стимулювання збуту товарів. Вибір системи знижок, що надаються роздрібному посереднику або споживачу товару.

Тема 9. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні.

9.1. Сутність ринкової кон'юнктури.

9.2. Ціль та завдання кон'юнктурно-цінової роботи. Цілі та завдання кон'юнктурно-цінової роботи.

9.3. Кон'юнктуроутворюючі фактори. Кон'юнктуроутворюючі фактори, система показників та методика вивчення кон'юнктури.

9.4. Показники, що характеризують кон'юнктуру, та методи вивчення останньої. Використання середніх цін, індексів цін при дослідженні кон'юнктури ринків. Сутність поняття чутливості покупців до рівня ціни. Фактори, які формують низьку чутливість.

9.5. Методи дослідження чутливості покупців до цін. Методи дослідження та оцінки ступеню чутливості покупців до рівня цін.

Тема 10. Маркетингові стратегії ціноутворення.

10.1. Фактори, що впливають на вибір цінової стратегії фірми. Перелік та характеристика факторів, які впливають на вибір цінової стратегії.

10.2. Стратегія "зняття вершків".

10.3. Стратегія "проникнення на ринок".

10.4. Психологічне ціноутворення.

10.5. Стратегія цінового лідерства.

10.6. Стратегія престижних цін.

10.7. Стратегія сигнальних цін.

10.8. Стратегії ціноутворення на сформованому ринку. Стратегії ціноутворення на сформованому ринку, які передбачають зміни встановленої ціни (споживчого сегменту ринку, ковзних цін, гнучких цін та інші).

Тема 11. Ціноутворення в міжнародному маркетингу.

11.1. Трансфертні ціни. Поняття світової ціни. Сутність трансфертної ціни, що застосовується при операціях між підрозділами однієї організації.

11.2. Експортні ціни. Процес формування зовнішньоторговельних цін. Система поправок до зовнішньоторговельних цін.

11.3. Міжнародні стратегії цін. Визначення митної вартості торговельної операції.
11.4. Світові ціни. Правила укладання зовнішньоторговельних контрактів і визначення цін.

Тема 12. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні.
12.1. Суть ризику. Цінові ризики як різновид господарських ризиків.
12.2. Сутність ризику та помилки у ціноутворенні. Основні чинники існування цінових ризиків.
12.3. Методи розрахунку ризику. Визначення цілей при проведенні аналізу цінових ризиків. Оцінка інфляційного очікування. Зміст розрахунково-аналітичних, економіко-статистичних, аналогових та експертних методів оцінки цінових ризиків.
12.4. Страхування цін та управління ризиками. Процес управління ціновими ризиками, засоби зменшення негативних наслідків цінових ризиків в умовах маркетингової орієнтації.

Тема 13. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні.
13.1. Загальні питання регулювання цін. Необхідність державного регулювання цін в ринкових умовах. Чинники та інструменти державного регулювання цін.
13.2. Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні. Завдання, що виконуються в процесі державного регулювання цін в Україні. Огляд змісту основних нормативних документів, що визначають процес регулювання цін в Україні.
13.3. Регулювання цін у промислово розвинутих країнах.

Тема 14. Ціноутворення брендів.
14.1. Бренди та марочні товари в сучасній економіці. Сутність брендів та їх роль в діяльності підприємства. Ставлення до марки як до активу підприємства.
14.2. Стратегії управління марочними активами. Формування підходів до управління брендами. Вплив наявності сильних брендів на економічні результати діяльності підприємств.
14.3. Принципи ціноутворення брендів. Використання брендів для встановлення більш високих цін, менших витрат, більш швидкого відшкодування витрат, більш дешевого залучення покупців, сегментування ринку.

10. Рекомендована література

1. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер ; пер. с англ. Н. В. Кияченко, А. Н. Москвичева, Ю. А. Быстрова. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2003. – 374 с.

2. Баздникин А. С. Цены и ценообразование : учебн.пособ. для вузов / А. С. Баздникин. – М. : Юрайт, 2004. – 332с.

3. Герчикова И. Н. Маркетинг и международное коммерческое дело / И. Н. Герчикова. – М. : Внешторгиздат, 1990. – 104 с.

4. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория; практика и методология / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998. – 416 с.

5. Данченок Л. А. Маркетинговое ценообразование: политика; методы; практика : учебное пособие / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова. – М. : ООО "Издательство "Эксмо", 2006. – 464 с.

6. Деева А. И. Цены и ценообразование : учебн. пособ. / А. И. Деева. – М. : Экзамен, 2003. – 286 с.

7. Долан Р. Дж., Саймон Г. Эффективное ценообразование / Р. Дж. Долан, Г. Саймон. – М. : Изд-во "Экзамен", 2005. – 416с.

8. Желтякова И. А. Цены и ценообразование. Краткий курс : учебное пособие / И. А. Желтякова, Г. А. Маховикова, Н. Ю. Пузыня. – СПБ. : "Питер", 2001. – 108 с.

9. Иваниенко В. В. Ценообразование :учебн. пособ. для вузов / В. В. Иваниенко, М. В. Чечетов. – 3-е изд., доп. – Х. : Изд. дом ИНЖЕК, 2004. – 220 с.

10. Івченко І. Ю. Економічні ризики : навч. посібн. Для вищ. навч. закл. / І. Ю. Івченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 300 с.

РИТОРИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – забезпечити засвоєння й систематизацію знань основних теоретичних засад красномовства; сформувати вміння і навички правильного й переконливого мовлення, аргументованого доведення та спростування, участі в дискусії, зокрема наукової та фахової проблематики.

2. **Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:**

знання і розуміння:

основних понять, категорій та інструментарію ораторського мистецтва як засобу комунікації переконання;

закономірностей розвитку понять, термінів та правил риторики в різні історичні епохи;

національних традицій теорії красномовства;

основних типів промов;

особливостей стилістичного оформлення публічного виступу;

прийомів підготовки й виголошення публічної промови;

моделей та методів розгортання повідомлення;

принципів та прийомів логічно-емоційного впливу на слухачів.

застосування знань і розумінь:

вміти визначити концепцію публічного виступу;

вміти спланувати задум промови відповідно до її концепції;

вміти правильно обрати стратегію, тактику і диспозицію промови;

вміти забезпечувати стилістичну довершеність публічного виступу;

вміти добирати матеріал, складати тези і план-конспект промови;

вміти правильно застосовувати методи та прийоми ораторського впливу на аудиторію;

вміти вправно користуватися засобами виразного мовлення та невербальними засобами комунікації.

вміти правильно використовувати технічні засоби під час публічного виступу;

формування суджень:

здатність визначати мету і завдання публічного спілкування;

здатність сформулювати та обґрунтувати рекомендації щодо вдосконалення культури оратора;

здатність розпізнавати словесні маніпуляції та обирати прийоми протидії їм;

здатність оцінювати доречність і ефективність прийомів словесної суперечки;

здатність оцінювати рівень власної ораторської майстерності та визначати шляхи її вдосконалення.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове –ПМК.

6. Мова викладання:

українська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	**Характеристика навчальної дисципліни**	
		денна форма	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів – 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 3		2-й	2-й
		Лекції:	
		30 год.	8
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	4
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 3		45 год.	78
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		залік	

8. Викладач

Шапран Д.П., к.філол.н., доцент.

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Історико-теоретичні та методологічні засади риторики.

Тема 1. Риторика як мистецтво, наука і навчальна дисципліна.
1.1 Предмет і завдання дисципліни.
1.2 Загальна характеристика розділів риторики.
1.3 Історія становлення теорії красномовства від міфологічного періоду до епохи Відродження.

Тема 2. Українські традиції теорії красномовства.
2.1. Пам'ятки гомілетичного красномовства в епоху Київської Русі.
2.2. Риторична спадщина Києво-Могилянської академії.
2.3. Феофан Прокопович та його роль у розвитку східнослов'янської риторики.

Тема 3. Головні напрями неориторики.
3.1. Семіотичний характер неориторики.
3.2. Загальна характеристика лінгвістичної риторики.
3.3. Загальна характеристика аргументативної риторики.

Тема 4. Інвенція. Промова як дослідження.
4.1. Типи промов за знаковим оформленням та закріпленням.
4.2. Концепція промови: предмет, тема і теза промови, її мета і завдання.
4.3. Аналіз аудиторії.
4.4. Стратегія і тактика.

Тема 5. Диспозиція. Способи подання матеріалу.
5.1. Виклад: моделі та методи викладу.
5.2. Джерела та збирання матеріалу.
5.3. Складання плану-конспекту.
5.4. Розгортання теми і тези промови: топіка та аргументи.
5.5. Типові помилки в аргументації та критиці.
5.6. Моделі впорядкування матеріалу в топосі промови: переваги та недоліки.

Тема 6. Методи розгортання повідомлення: хронологічний дедуктивний, індуктивний, аналогічний, стадійний, концентричний.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти загальної риторики

Тема 7. Стилістична варіативність промови.
7.1. Стилістичне оформлення тексту.
7.2. Елементи художності та літературні прийоми в мові оратора.

7.3. Звуковий рівень тексту.
7.4. Лексичний рівень тексту.
7.5. Стилістична цілісність промови, типові помилки.
7.6. Слова з прямим значенням – «автологічна лексика», типові помилки.
7.7. Слова з переносним значенням – «тропи».
7.8. Риторичні фігури. Синтаксичне варіювання.

Тема 8. Елокуція (елоквенція).
8.1. Розмітка тексту та читання промови за знаками партитури.
8.2. Структурно-інтонаційна організація тексту як основа виразності мовлення.
8.3. Техніка виразного мовлення. Правильне дихання.
8.4. Голос, його властивості та гігієнічні вимоги.
8.5. Дикція, орфоепія (артикуляційна гімнастика для губів, вправи для язика, вправи для нижньої щелепи).
8.6. Наголос.

Тема 9. Меморія й акція.
9.1. Способи запам'ятовування промови.
9.2. Аналіз публічного виступу.
9.3. Зовнішня культура оратора**.** Зовнішній вигляд оратора.
9.4. Вихід до слухачів. Погляд. Міміка та жести.
9.5. Місце промови та постава (позиція) оратора.
9.6. Робота промовця з технічними засобами.
9.7. Особливості виступу оратора перед об'єктивом відеокамери.
9.8. Поведінкова культура оратора та невербальні засоби спілкування.

Тема 10. Принципи ведення словесної суперечки.
11. «Оксфордські» дебати.
12. Проведення «Оксфордських» дебатів.
13. Прийоми протидії словесній маніпуляції.

10. Рекомендована література

1. Введенская Л.А. Риторика и культурв речи /Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 537 с.
2. Волков А.А. Теория риторической аргументации. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. – 398 с.
3. Гриценко Т.Б. Риторика: Навчальний посібник − К.: НАУ, 2006.
4. Єлісовенко Ю.П. Ораторське мистецтво: Навчальний посібник. – К.: «Деловая Украина», 2002. – 152 с.
5. Зверева Н. Я говорю – меня слушают: Уроки практической риторики / Нина Зверева. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 234 с.
6. Колотілова Н.А. Риторика: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 232 с.
7. Леммерман Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями.

[Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.orator.biz/library/books/uchebnik_ritoriki/
8. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навч. посіб. – К.: Вища шк., 2003. – 311 с.
9. Онуфінко Г.С. Риторика: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 592 с.
10. Основи ораторського мистецтва: Практикум / Укладач О. І. Когут. – Тернопіль: Астон, 2005. – 296 с.
11. Риторика загальна та судова: Навч. посіб. / С.Д. Абрамович, В.В. Молдован, М.Ю. Чикарькова – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 416 с.
12. Рогожкин О.В. Риторика: загальна, судова, оперативна: підруч. для студ. юр. спец. / О.В.Рогожкин. – Донецьк: ДЮІ ЛДУВС ім. Е.О. Дідоренка, 2008. – 248 с.

ПСИХОЛОГІЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – пізнання законів і закономірностей соціальної реальності у зв'язку з закономірностями функціонування психічного життя людини, формування знань про соціальні та психологічні фактори життя людей, розуміння соціально-психічної сутності особистості; придбання навичок аналізу соціальних та психічних явищ і процесів, які впливають на соціальну діяльність та поведінку індивідів у суспільстві, що переживає трансформацію. Засвоєння і використання знань задля вирішення психологічних та соціальних проблем в колективі та суспільстві.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

поняття та категорії, які розкривають специфіку психології та сутність психічних процесів і явищ;

розуміти особистість як цілісний організм із властивими йому механізмами розвитку та функціонування;

знати сутність та особливості психічних явищ;

розуміти теоретичні засади вивчення психології груп та колективів.

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати загальні теоретичні знання з психології за для впливу на особистість, індивіда;

уміння констатувати певні психічні стани співрозмовника;

розуміння феноменів особистісних інтересів та поглядів;

розуміння та використання психологічних тестів для різних потреб.

формування суджень:

аналізувати взаємодію основних підструктур психіки;

орієнтуватися в питаннях соціальної структури групи, колективу;

самостійно осмислювати різні теорії в одержанні наукового знання про психіку, індивіда, колектив, тощо.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; психологічне тестування, тренінги, виконання вправ, задач; виконання індивідуального завдання;

підсумкове –ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліни вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	4-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		2-й	8-й
		Лекції:	
		30 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	2год
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		45 год.	82-год
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 3		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Ніколенко К.В., ст. викладач

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль №1. Психологія як наука. Пізнавальна сфера особистості.

Тема 1. Загальне уявлення про науку психологію.
1.1. Проблеми, принципи, методи, структура сучасної психології.
1.2. Історія психології. Основні напрямки психології XX століття.
1.3. Психіка як предмет психології.

Тема 2. Психологія особистості та діяльності.
2.1. Поняття про особистість. Психологічна структура особистості.
2.2. Проблема діяльності в психології, структура діяльності.
2.3. Психологія професійної діяльності.

Тема 3. Індивідуально-психологічні особливості особистості.
3.1. Поняття про темперамент. Методика діагностики.
3.2. Характер як система найбільш стійких властивостей особистості.
3.3. Психологія професійної діяльності.

Тема 4. Розвиток особистості.
4.1. Періодизація психічного розвитку особистості.
4.2. Динаміка психічного розвитку.
4.3. Філософія марксизму.

Тема 5. Пізнавальна сфера особистості.
5.1. Відчуття і сприйняття як початкові форми освоєння дійсності.
5.2. Увага та пам'ять: їх роль в системі пізнавальної діяльності людини.
5.3. Мислення та інтелект.

Змістовий модуль №2. Емоційно-вольова та соціально-психологічна сфера особистості.

Тема 6. Емоційно-вольова сфера особистості.
6.1. Загальне уявлення про емоції, роль емоцій.
6.2. Почуття, види почуттів.
6.3. Воля, вольові дії.

Тема 7. Філософія наукового пізнання.
7.1. Специфіка наукового пізнання.
7.2. Співвідношення емпіричного та теоретичного знання.
7.3. Форми та методи наукового пізнання.

Тема 8. Психічні стани людини.
8.1. Поняття психічних станів.
8.2. Типові позитивні стани людини.
8.3. Негативні психічні стани та їх попередження.

Тема 9. Психологія спілкування.
9.1. Види, структура, функції спілкування.
9.2. Сприйняття та розуміння в процесі спілкування.
9.3. Спілкування як комунікація

Тема 10. Психологія колективу.
10.1. Група та її структурна організація.
10.2. Характеристика групових процесів.
10.3. Проблеми соціально-психологічної адаптації.
10.4. Характеристика групових процесів.
10.5. Проблеми соціально-психологічної адаптації

10. Рекомендована література

1. Ніколенко К.В. Психологія з основами соціології: плани семінарських занять для студентів денної та заочної форм навчання / Е.М. Давиденко, Г.В. Камаралі, К.В. Ніколенко. – Д. : ДонНУЕТ, 2012. – 32 с.
2. Крюкова О.В. Психологія. Методичні вказівки до практичних занять для студентів непсихологічних спеціальностей денної та заочної форм навчання / О.В. Крюкова, В.А.Кулешова. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. - 58
3. Лозниця В.С. Психологія і педагогіка: основні положення: Навчальний посбник для самостійного вивчення дисципліни. / В.С. Лозниця. – К.6 Ккс Об, 2001. – 304 с.
4. Леонтьев А.Н. Стадии перцептивной психиуи // Общая психология. Тексты. / Под ред. В.В. Петухова. – М.: Генезис, 2001. – 385 с.
5. Маклаков А.Г. Общая психология: Учебник для вузов. / А.Г. Маклаков. – СПб.: Питер, 2006. – 583 с.
6. Психология личности / Под ред. Д.Я. Райгородского. – Самара: Бахрах, 2000. – 265 с.
7. Психологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. Ю.Л. Трофімова. – К.: Либідь, 2001. – 558 с.
8. Юрчук В.В. Современный словарь по психологии. / В.В. Юрчук. – Минск: Элайда, 2000. – 704 с.
9. Психологія. Навчальний посібник. Навчальні тестові завдання для студентів непсихологічних спеціальностей денної і заочної форм навчання / О.В. Крюкова, В.А. Кулешова, О.А. Поцулко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 100 с.
10. Педагогіка та психологія. Навчально-методичний посібник для студентів I-IV курсів непсихологічних та економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання Г.С. Криворотько. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013.

ТРУДОВЕ ПРАВО
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – надання теоретичних знань та формування практичних навичок щодо застосування норм трудового права.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути магістр:

знання і розуміння:

нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини в галузі найманої праці;

суб'єктів трудового права України;

практики застосування трудового законодавства України.

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати законодавство, що регулює суспільні відносини в галузі найманої праці;

уміння захистити свої трудові права в якості працівника або роботодавця.

формування суджень:

здатність характеризувати сутність найманої праці;

здатність тлумачити чинне трудове законодавство;

здатність орієнтуватися в системі трудового законодавства.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання.

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		2-й	2-й
		Лекції:	
		30 год.	4- год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	4год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: Бакалавр	45 год.	82-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 6		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Шульженко І.В., к.ю.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Загальна частина трудового права

Тема 1. Поняття, предмет, метод, система, функції та принципи трудового права України

1.1. Виникнення і розвиток трудового права.
1.2. Предмет трудового права.
1.3. Індивідуальні та колективні трудові відносини у сфері найманої праці (загальна характеристика). Сфера дії трудового законодавства.

Тема 2. Джерела (форми) трудового права

2.1 Поняття джерел (форм) трудового права України, їх особливості, класифікація та види.
2.2. Конституція України як основне джерело трудового права.
2.3. Міжнародно-правові договори як джерела трудового права.

Тема 3. Міжнародно-правове регулювання праці
3.1. Поняття та розвиток міжнародного регулювання праці. Поняття міжнародних трудових стандартів.
3.2. Всесвітні (універсальні) міжнародні стандарти у сфері праці.
3.3. Загальна декларація про права людини (ООН, 1948 р.), Міжнародні пакти про права людини (ООН, 1966 р.).

Змістовий модуль 2. Особлива частина трудового права

Тема 4. Трудовий договір
4.1. Поняття трудового договору.
4.2. Відмінність трудового договору від суміжних цивільно-правових договорів, які пов'язані з працею (підряду, доручення, авторського та ін.).
4.3. Сторони трудового договору.
4.4. Правовий статус працівника і роботодавця.
4.5.Зміст трудового договору.
4.6. Загальний порядок укладення трудового договору, його оформлення.
4.7. Підстави припинення трудового договору та їх класифікація.

Тема 5. Робочий час та час відпочинку
5.1. Поняття робочого часу і правові нормативи робочого часу.
5.2. Режими робочого часу і порядок їх встановлення.
5.3. Робота у режимі неповного робочого часу, змінна робота, робота із гнучким графіком, ненормований робочий день.
5.4. Поняття і види часу відпочинку.

Тема 6. Оплата праці
6.1. Конституційні гарантії права працівників на заробітну плату.
6.2. Правове визначення поняття оплати праці.
6.3. Відмінність заробітної плати від винагород за цивільно-правовими договорами, гарантійних і компенсаційних виплат.
6.4. Структура заробітної плати: основна заробітна плата, додаткова заробітна плата, інші заохочувальні та компенсаційні виплати.

Тема 7. Трудова дисципліна та юридична відповідальність сторін трудового договору
7.1. Поняття і значення трудової дисципліни в умовах переходу до ринкових відносин. Засоби забезпечення дисципліни праці.
7.2. Правове регулювання внутрішнього трудового розпорядку.
7.3. Правила внутрішнього трудового розпорядку підприємства, установи, організації.
7.4. Статути, положення про дисципліну.

Тема 8 Охорона праці
8.1. Конституційне право працівників на належні, безпечні та здорові умови

праці. Законодавство про охорону праці працівників на виробництві.
8.2. Принципи правової охорони праці працівників.
8.3. Гарантії прав працівників на охорону праці.
8.4. Організація охорони праці працівників на підприємстві.

Тема 9 Індивідуальні трудові спори
9.1. Поняття, види і причини виникнення індивідуальних трудових спорів. Юридичні способи вирішення індивідуальних трудових спорів.
9.2. Органи, що розглядають індивідуальні трудові спори.
9.3. Комісії у трудових спорах (КТС), їх організація і компетенція.
9.4. Порядок і строки розгляду індивідуальних трудових спорів у КТС.

Тема 10 Правове регулювання соціального партнерства, колективні оговори та угоди
10.1. Поняття соціального партнерства, історія його виникнення й розвитку.
10.2. Законодавство про соціальне партнерство та соціальний діалог в Україні.
10.3. Організаційно-правові форми соціального партнерства.

Тема 11. Правовий статус трудових колективів, професійних спілок та організацій роботодавців
11.1. Поняття трудового колективу та їх види за законодавством України.
11.2. Право працівників брати участь в управлінні організаціями.
11.3. Проблеми законодавчого врегулювання діяльності трудових колективів як суб'єктів права в колективних трудових правовідносинах.

Тема 12. Колективні трудові спори (конфлікти)
12.1. Поняття, види, причини виникнення колективних трудових спорів.
12.2. Сторони колективного трудового спору.
12.3. Порядок формування вимог найманих працівників, профспілок та строки їх розгляду.

10. Рекомендована література

1. Болотіна Н.Б. Трудове право України: Підручник. — 5-те вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2010. — 860 с.
2. Шульженко І.В. Трудове право: навч. посіб. для студ. всіх спец. ден. та заоч. форм навчання ін-ту економіки і упр. / І.В. Шульженко; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. правових і загальнонаукових дисц. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2010. – 185с.
3. Трудове право : навч. посіб. для студ. екон. спец. / С. В. Дрожжина, І. В. Ширкова ; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. прав. дисциплін. - Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010. - 163 с.

4. Кодекс законів про працю України з постатейними систематизованими матеріалами / Упорядник В. Вакуленко. – К.: Істина, 2010. – 800с.
5. Прокопенко В. І. Трудове право України: Підручник. – Х.:Консум, 2000. – 480с.
6. Трудове право України: Навч. посібник. / Пилипенко П.Д., Бурак В.Я., Козак З.Я. та ін.; За ред. П.Д. Пилипенка. – К.: ІН Юре, 2010. – 536с.
7. Трудове право України: Підручник / За ред. Н.Б. Болотіної, Г.І. Чанишевої. – 2-ге вид., стер. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2011. – 564с.
8. Бойко М.Д. Трудове право України: Навч. посіб.: Курс лекцій. – К.: Олан, 2012. – 335с.
9. Венедиктов В. С. Конспект лекций по трудовому праву Украины: Учеб. пособие для высш. учеб. заведений. – Харьков: Консум, 2010. – 140с.
10. Гирич О.Г. Трудове право: Курс лекцій: Для студентів юридичних вузів та факультетів. – К.: Вілбор, 2010 – 208с.

ДОГОВІРНЕ ПРАВО
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – надання системи знань з теорії держави та права та провідних галузей права; формування навичок застосування правових норм чинного законодавства.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини в Україні;

суб'єктів основних галузей права України;

практики застосування законодавства України.

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати законодавство, що регулює суспільні відносини в Україні;

уміння захистити свої громадянські права і свободи.

формування суджень:

здатність характеризувати норми права;

здатність тлумачити чинне законодавство України;

здатність орієнтуватися в системі законодавства України.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		1-й	1-й
Модулів – 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		2-й	2-й
		Лекції:	
		30 год.	4-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	4 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: Бакалавр	45 год.	82-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 3		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Шульженко І.В., к.ю.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Держава та право.

Тема 1. Поняття та структура суспільства та держави.
1.1. Поняття та структура суспільства та держави.
1.2. Класифікація держав (Форма держави).

Тема 2. Поняття та джерела права.
2.1. Поняття, ознаки, функції та джерела права.
2.2. Право й інші соціальні норми.
2.3. Форми (джерела) права.

Тема 3. Правовідносини
3.1. Правовідносини, їх елементи.
3.2. Правосуб’єктність.

Змістовий модуль 2. Основи основних галузей права України.

Тема 4. Конституційне право.
4.1. Поняття, предмет, метод конституційного права.
4.2. Джерела конституційного права України.
4.3. Принципи конституційного права України.
4.4. Громадянські та політичні права.

Тема 5. Трудове право.
5.1. Поняття, предмет, методи трудового права.
5.2. Трудовий договір: поняття, сторони.
5.3. Строки трудового договору, контракт.
5.4. Випробування при прийнятті на роботу.
5.5. Переведення на іншу роботу.

Тема 6. Господарське право.
6.1. Поняття, предмет та система господарського права України.
6.2. Господарські правовідносини. Методи господарського права.
6.3. Суб'єкти господарського права.

Тема 7. Цивільне право.
7.1. Поняття, принципи та джерела цивільного.
7.2. Суб'єкти цивільного права
7.3. Цивільно-правові відносини

Тема 8. Кримінальне право.
8.1. Поняття, задачі кримінального права.
8.2. Дія Кримінального Кодексу в просторі, у часі і по колу осіб.
8.3. Злочин, його ознаки.

10. Рекомендована література

1. Правознавство [Текст]: навч. Посіб. / [С.В. Дрожжина, І.В. Шульженко, О.О. Одінцова, В.О. Кондратьєв, І.В. Ширкова] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т. економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. прав. І загальнонаук. дисц. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2011. – 703 с.

2. Правознавство. Практикум [Текст] : навч. посіб. / [С.В. Дрожжина, І.В. Шульженко, О.О. Одінцова, В.О. Кондратьєв, Г.С. Пілігрім, І.В. Ширкова, М.М. Гриник] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. прав. і загально наук. дисц. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2012. – 325 с.

3. Правознавство: Навч. посібник / За ред. Т.В.Варфоломєєвої, В. П. Пастухова. – К.: Знання-Прес, 2010. – 436 с.

4. Основи правознавства / За ред І.Б.Усенка. – К.: Ірпень: ВТФ "Перун", 2010. – 432 с.

5. Правознавство: Навч. посібник / Авт. кол. Мельник П.В., Самілик Г.М., Савченко Л.А. та ін. – К.: “МП Леся”, 2011. – 309 с.

6. Юридический словарь И.Дахно: Словарь законодат. и норматив. терминов. – К.: А.С.К., 2011. – 1056 с.

7. Адміністративне право України: Підручник для юрид. Вузів і фак./ Ю.П.Битяк, В.В. Богуцький, В.М. Паращук та ін.; За ред. Ю.П.Битяка – Харків: Право, 2011. – 528 с.

8. Васильев А.С. Административное право Украины (общая часть), Учебное пособие. – Харьков; «Одиссей», 2010. – 288 с.

9. Основи правознавства України: Навчальний посібник. Видання четверте, доповнене та перероблене / Ківалов С.В., Музиченко П.П., Крестовська Н.М., Крижанівський А.Ф. – Х.: «Одисей», 2011.- 368 с.

10. Правознавство: Підручник / Авт.кол.: Демський С.Е., Ковальський В.С., Колодій А.М. та інші; За ред.В.В. Копейчикова. – 7-е вид. – К.: Юрінком Інтер, 2011. – 736 с.

ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – надання теоретичних знань та формування практичних навичок щодо застосування норм господарського права.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини в галузі господарської діяльності;

суб'єктів господарського права України;

практики застосування господарського законодавства України.

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати законодавство, що регулює суспільні відносини в галузі господарської діяльності;

уміння легалізуватися у якості суб'єкта господарського права України.

формування суджень:

здатність характеризувати сутність підприємницької діяльності;

здатність тлумачити чинне господарське законодавство;

здатність орієнтуватися в системі господарського законодавства.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання.

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	3-й
		Лекції:	
		30 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: Бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		60 год.	108-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Шульженко І.В., к.ю.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Поняття господарського права, його предмет, метод та суб'єкти.

Тема 1. Господарське право як галузь права та його роль у системі права України.

1.1. Поняття, предмет та система господарського права України.
1.2. Господарське право та державне управління економікою.
1.3. Господарські правовідносини. Методи господарського права.
1.4. Господарське законодавство – інститут господарського права.

Тема 2. Підприємництво як спосіб здійснення господарської діяльності.

2.1. Господарська діяльність, як основа підприємництва.
2.2. Види господарської діяльності.
2.3. Поняття та ознаки підприємництва.
2.4. Суб'єкти підприємницької діяльності.

Тема 3. Правове становище підприємств.

3.1. Поняття і види підприємства як організаційної форми господарювання.
3.2. Класифікація підприємств.
3.3. Організаційна структура та управління підприємством.
3.4. Об'єднання підприємств.
3.5. Припинення діяльності підприємства.

Тема 4. Правовий статус господарських товариств.
4.1. Поняття господарського товариства.
4.2. Види господарських товариств.
4.3. Управління господарським товариством.
4.4. Припинення діяльності господарського товариства.

Тема 5. Правове становище некомерційних суб'єктів господарювання.
5.1. Поняття та головні ознаки некомерційної господарської діяльності.
5.2. Організаційно-правові форми здійснення некомерційної господарської діяльності.
5.3. Правове регулювання некомерційної господарської діяльності.

Змістовий модуль 2. Правове регулювання господарської діяльності.

Тема 6. Правове регулювання відносин власності в Україні.
6.1. Поняття права власності та його значення у господарській діяльності.
6.2. Форми права власності.
6.3. Види права власності.
6.4. Способи набуття і припинення права власності.
6.5. Момент виникнення права власності.

Тема 7. Господарсько-договірні зобов'язання. Господарсько-правова відповідальність.
7.1. Поняття, зміст та класифікація господарських зобов'язань. Підстави виникнення та припинення господарського зобов'язання.
7.2. Поняття і зміст договірних відносин у господарській діяльності Види господарських договорів.
7.3. Поняття та підстави господарсько-правової відповідальності.
7.4. Функції відповідальності.
7.5. Види господарсько-правової відповідальності.

Тема 8. Правове регулювання банкрутства.
8.1. Поняття та ознаки банкрутства.
8.2. Суб'єкти у відносинах банкрутства.
8.3. Провадження у справах про банкрутство.
8.4. Мирова угода у справах про банкрутство.

Тема 9. Правовий захист прав і законних інтересів суб'єктів господарювання.

9.1. Правові гарантії захисту прав суб'єктів господарювання та органи їх забезпечення.
9.2. Підвідомчість справ господарським судам. Підсудність справ.
9.3. Захист прав та законних інтересів суб'єктів господарювання.
9.4. Досудове врегулювання господарських спорів.
9.5. Порядок розгляду господарських спорів господарськими судами.
9.6. Розгляд господарських спорів третейськими судами.

Тема 10. Правові засади обмеження монополізму в економіці України.
10.1. Законодавство про захист економічної конкуренції. Види порушень законодавства про економічну конкуренцію.
10.2. Правове становище Антимонопольного комітету.
10.3. Контроль за концентрацією суб'єктів господарювання.
10.4. Відповідальність за порушення законодавства про захист економічної конкуренції.
10.5. Розгляд справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Тема 11. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
11.1. Поняття та принципи зовнішньоекономічної діяльності. Законодавство про зовнішньоекономічну діяльність.
11.2. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності.
11.3. Види зовнішньоекономічної діяльності.
11.4. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
11.5. Компетенція органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
11.6. Правове становище торгово-промислових палат.
11.7. Міжнародні правила ІНКОТЕРМС, що використовуються в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Тема 12. Правові основи банківської діяльності та кредитно-розрахункових відносин.
12.1. Правове регулювання банківської діяльності в Україні.
12.2. Порядок створення банків.
12.3. Порядок відкриття рахунків у банках.
12.4. Правове регулювання розрахункових відносин.
12.5. Порядок та форми розрахунків у господарському обігу.
12.6. Поняття та види кредиту. Кредитний договір.

Тема 13. Правові основи біржової діяльності в Україні.
13.1. Поняття, ознаки та види бірж.
13.2. Функції, права та обов'язки біржі.
13.3. Види біржових угод і порядок їх укладання.
13.4. Правила біржової торгівлі.
13.5. Правовий статус фондової біржі.

Тема 14. Правові основи безпеки господарської діяльності.

14.1. Конституційні основи правопорядку сфері господарювання та захисту комерційної таємниці.

14.2. Державні гарантії права на інформацію.

14.3. Комерційна таємниця (інформація) як об'єкт правової охорони.

14.4. Неправомірне збирання інформації, розголошення та використання комерційної таємниці.

14.5. Юридична відповідальність за порушення комерційної таємниці (інформації).

Тема 15. Правові основи забезпечення якості продукції та захисту прав споживачів.

15.1. Законодавство про захист прав споживачів.

15.2. Права споживачів та їх захист.

15.3. Контроль у сфері захисту прав споживачів.

15.4. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

10. Рекомендована література

1. Господарське право України: Підручн. для студ. вищ. навч. зал. / М.К. Галянтич, С.М. Грудницька, О.М. Міхатуліна та ін. – К.: МАУП, 2010. – 424с. – Бібліогр.: с. 417-419.

2. Кравчук С.Й. Господарське право України: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2011. – 264 с.

3. Хозяйственное (предпринимательское) право Украины: Учебник / Под общ. ред. Р.Б. Шишки и Я.А. Чапичадзе. – Харьков: Эспада, 2011. – 552 с.

4. Правознавство [Текст] : навч. посіб. / [С.В. Дрожжина, І.В. Шульженко, О.О. Одінцова, В.О. Кондратьєв, І.В. Ширкова] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. прав. і загально наук. дисц. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2011. – 703 с.

5. Правознавство. Практикум [Текст] : навч. посіб. / [С.В. Дрожжина, І.В. Шульженко, О.О. Одінцова, В.О. Кондратьєв, Г.С. Пілігрім, І.В. Ширкова, М.М. Гриник] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. прав. і загально наук. дисц. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2012. – 325 с.

6. Білуха М.Т. Теорія фінансово-господарського контролю і аудиту. К.-2010.

7. Загородній А., Громяк Л. Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу в Україні. //Економіка України-2010-№5.

8. Корсекін В. та інш. Мале підприємництво: проблеми і перспективи //Економіка України-2011-№ 10.

9. Основи банківської справи. Під редакцією Мороза А.Н. К.: Лір.-2010.-С.119.

10. Пархоменко В.М. Бухгалтерський облік в Україні. Нормативні коментарі. Київ .-2011.

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системи знань про особливості міжнародних відносин, визначення теоретичних та практичних положень міжнародних відносин і їх правової бази, а також виявлення їх ролі в розвитку світової і національної економік.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
сутності міжнародних відносин та їх середовища;
форм міжнародних відносин;
основних суб'єктів міжнародних відносин;
основ міжнародного права, як регулятора міжнародних відносин;

застосування знань і розумінь:
уміння визначати сучасні особливості міжнародної економічної політики;
уміння проводити аналіз форм міжнародних політичних відносин;

формування суджень:
здатність аналізувати особливості формування, розвитку і сучасного існування міжнародних відносин;
здатність аналізувати форми міжнародних політичних відносин.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання;
підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська, англійська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	3-й
		Лекції:	
		30 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		60 год.	108-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 4		**Вид контролю:**	
		залік	

8.Викладач

Горіна Г.О., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 Теорія та історія розвитку міжнародних відносин.

Тема 1. Сутність і особливості міжнародних відносин.
1.1 Поняття міжнародних відносин.
1.2 Характерні риси міжнародних відносин.
1.3 Закономірності формування і розвитку міжнародних відносин.

Тема 2. Теорії міжнародних відносин.
2.1 Класичні теорії міжнародних відносин.
2.2 Сучасні теорії міжнародних відносин.
2.3 Теорії міжнародного середовища.

Тема 3. Суб'єкти міжнародних відносин.
3.1 Сутність і зміст поняття «учасник міжнародних відносин».
3.2Типологія та функціональні особливості суб'єктів міжнародних відносин.
3.3 Цілі, інтереси і засоби учасників міжнародних відносин.

Тема 4. Система міжнародних відносин.
4.1 Рівні міжнародних відносин.
4.2 Теоретичні моделі міжнародних систем.
4.3 Сучасна еволюція системи міжнародних відносин.

Тема 5. Структурні особливості міжнародних відносин.
5.1 Зовнішньополітичні відносини.
5.2 Міжнародні економічні відносини.
5.3 Міжнародні відносини у сфері культури та інформації.

Змістовий модуль 2 Правова база міжнародних відносин.
Тема 6. Поняття і особливості міжнародного права.
6.1 Сутність, історичні форми та функції міжнародного права.
6.2 Норми, джерела і принципи міжнародного права.
6.3 Суб'єкти міжнародного права.

Тема 7. Право зовнішніх державних відносин
7.1 Сутність зовнішніх відносин.
7.2 Дипломатичні відносини та дипломатичні представництва.
7.3 Консульські відносини і консульські представництва.
7.4 Зовнішні відносини через спеціальні місії і за участю міжнародних організацій.

Тема 8. Право міжнародних організацій
8.1 Сутність, історія виникнення і ознаки міжнародних організацій.
8.2 Правосуб'єктність міжнародних організацій.
8.3 Фактори еволюції інститутів регулювання міжнародних відносин.

Тема 9. Міжнародні конфлікти та їх врегулювання
9.1 Поняття та види міжнародного конфлікту.
9.2 Засоби вирішення міжнародних конфліктів.
9.3 Розв'язання конфліктів в міжнародних організаціях.

Тема 10. Право міжнародних економічних відносин та міжнародне співробітництво
10.1 Поняття, джерела та принципи міжнародного економічного права.
10.2.Система міжнародних економічних організацій.
10.3 Міжнародне співробітництво: сутність, види.

10. Рекомендована література

1. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку [Текст] : Навч. посіб. / В. М. Геєць ; НАН України / Ін-т екон. та

прогнозув. – К. : НАН України, 2009. – 864 с.
2. Дещинський Л.Є., Панюк А.В. Міжнародні відносини України: історія і сучасність [Текст] : Навч. посібник, Ч.І. / Л.Є. Дещинський, А.В. Панюк. – Львів: «Бескид Біт», 2002. – 224 с.
3. Кирилюк Ф. М. Новітня політологія [Текст] : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ф.М. Кирилюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 564 с.
4. Міжнародне право [Текст] : Навч. посібник / За ред. М. В. Буроменського – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 336 с.
5. Мировая политика и международные отношения [Текст] : Учебное пособие / под ред. С.А. Ланцова, В.А. Ачкасова. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с.
6. Баймуратов М.О. Міжнародне право [Текст] : Підручник. – 3-тє вид. / М.О. Баймуратов. – Х.: «Одіссей», 2002. – 672 с.
7. Гольцов, А. Г. Геополітика та політична географія : підручник / Гольцов А. Г. - К. : ЦУЛ, 2012. – 416 с.
8. Мацко А.С. Міжнародне право [Текст] : Навч. посіб. – 2-ге вид., стереотип. / А.С. Мацко. – К.: МАУП, 2003. – 216 с.
9. Нгуен Куок Динь, Патрик Дайе, Алэн Пелле. Международное публичное право [Текст] : В 2-х т. Т. 1: Кн. 1.: Формирования международного права. Кн. 2.: Международное сообщество / Пер. с фр. / Нгуен Куок Динь, Патрик Дайе, Алэн Пелле. – К.: Сфера, 2000. – 440 с.
10. Теория международных отношений [Текст] : Хрестоматия / Сост., науч. ред. и коммент. П.А. Цыганкова. – М.: Гардарики, 2002. – 400 с.

ЕТИКА СЛУЖБОВОГО СПІЛКУВАННЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – забезпечити набуття студентами глибоких теоретичних знань і практичних навичок службового спілкування за етичними нормами сучасного суспільства, а також формування у майбутніх фахівців уявлення про етичне мислення у сфері бізнесу.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основних понять, принципів і норм етики та етикету службового спілкування;

закономірностей розвитку понять, термінів та правил етики та етикету в різні історичні епохи;

національних традицій мовної поведінки;

етики службового спілкування з аудиторією;

індивідуального діалогового спілкування;

етики невербального спілкування;

етики та етикету у комерційній діяльності;

етики комерційних переговорів;

особливостей етики ділового спілкування в міжнародних відносинах;

іміджу сучасної ділової людини;

застосування знань і розумінь:

вміти організувати і провести службові наради та засідання;

вміти організувати і провести індивідуальне діалогове спілкування;

вміти організувати і провести службове спілкування телефоном;

вміти організувати і провести службове спілкування з аудиторією;

вміти спланувати, організувати і провести комерційні переговори;

вміти правильно обрати стратегію і тактику ділового спілкування;

вміти правильно застосовувати методи та прийоми мовно-психологічного впливу на аудиторію;

вміти вправно користуватися засобами виразного мовлення та невербальними засобами комунікації.

формування суджень:

здатність визначати мету і завдання службового спілкування;

здатність сформулювати та обґрунтувати рекомендації щодо вдосконалення культури мовної поведінки;

здатність розпізнавати словесні маніпуляції та обирати прийоми протидії їм;

здатність оцінювати доречність і ефективність прийомів словесної суперечки;

здатність оцінювати рівень власної лінгвістичної компетенції та визначати шляхи її вдосконалення.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):

другий цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

Українська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	**Характеристика навчальної**	
		денна форма	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»	Дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів – 1	Спеціальність: 075«Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів – 3		4-й	4-й
		Лекції:	
		15	8
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30	4
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин – 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 3		45	78
		Індивідуальні заняття:	
		-	-
		Вид контролю:	
		залік	

8. Викладач

Мацнєва Є.А., асистент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Історико-теоретичні засади та методологія етики спілкування.

Тема 1. Етика спілкування як предмет дослідження психолінгвістики.

1.1. Етика і мораль.
1.2. Етика ділового спілкування традиційного суспільства.
1.3. Етика ділового спілкування в ученні Конфуція.
1.4. Особливості етики ділового спілкування в західноєвропейській культурній традиції.
1.5. Протестантськая етика і дух капіталізму.
1.6. Загальні етичні принципи і характер сучасного ділового спілкування.

Тема 2. Комунікативна діяльність та етика ділового спілкування.

2.1. Поняття «комунікація» і «спілкування».
2.2. Службовий етикет як сукупність правил поведінки людини.
2.3. Норми професійних ділових відносин.
2.4. Усна і писемна форми офіційно-ділового стилю.
2.5. Види комунікативних актів. Правила ділового листування.

Тема 3. Менеджер як ключова фігура виробництва.

3.1. Вимоги до професійної відповідності сучасного керівника.
3.2. Ділова кар´єра керівника.
3.3. Стилі управлінської діяльності.
3.4. Ефективність використання робочого часу.

Тема 4. Імідж ділової людини.

4.1. Характерні риси іміджу сучасного бізнесмена.
4.2. Напрями вдосконалення іміджу національного виробника.
4.3. Значення зовнішнього вигляду.

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти службового спілкування та фактории впливу.

Тема 5. Спілкування як інструмент професійної діяльності.

5.1. Фактории впливу.
5.2. Культура вербального професійного спілкування.
5.3. Техніка мовлення. Основи ораторського мистецтва.

Тема 6. Невербальні засоби спілкування як вияв етичної культури особистості.

6.1. Системами невербальних засобів спілкування: оптико-кінетична (кінесика); паралінгвістична система; екстралінгвістична система; проксеміка; контакт очей.

Тема 7. Мовленнєвий етикет.
7.1. Етикет службової телефонної розмови.

Тема 8. Переговори. Основи стратегії переговорів.
7.1. Підготовка до переговорів.
7.2. Тактика і принципи переговорів.
7.3. Рекомендації як правильно провести переговори.

10. Рекомендована література:

1. Яхно Т.П., Конфліктологія та теорія переговорів. Навчальний посібник/ Я.П. Яхно, І.О. Куревіна, – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 168 с.
2. Етика ділового спілкування навч. посіб. / Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В., Ажажа М. А. – Л. : Магнолія, 2009. – 312 с.
3. Петрунін Ю.Ю., Борисов В.К. Етика бізнесу – М.: 2009. – 280с.
4. Невелєв О.М. Етика та етикет у зовнішньоекономічній діяльності: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К: Центр учбової літератури, 2009. – 168с.
5. Стоян Т.А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник. К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 232 с.
6. Карнегі Д. Як виробляти в собі впевненість і впливати на людей, виступаючи прилюдно. – Х.: Промінь, 2007. – 560 с.
7. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / Т. К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич, І. Б. Осетинська. – 2-ге вид., стереотип. К.: МАУП, 2003. – 208 с.
8. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність. За ред.. Хоружого Г. Ф. – К.: УБС НБУ, 2009. – 255 с.
9. Психологія управління в бізнесі: Навч. посібник для підготовки бакалаврів всіх форм навчання / Е. Ф. Іпатов, К. М. Лемківський, В.В. Павловський. – Харьків – Київ, НМЦВО, 2003. – 320 с.
10. Палеха Ю. І. Іміджологія. – К.: Видавництво Європейського університету, 2005. – 323 с.

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системних та реалістичних уявлень про закономірності економічної організації суспільства; ознайомлення з інституціональним підходом до аналізу економічних явищ; з'ясування інституційних основ економічної діяльності.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

категоріального апарату і методології інституціональної економічної теорії;

напрямів та етапів розвитку інституціональної економічної теорії;

закономірностей формування, функціонування і розвитку економічних інститутів;

застосування знань і розумінь:

вміти визначати закономірності впливу інститутів на поведінку основних економічних агентів сучасної економіки;

вміти аналізувати інституціональні форми взаємодій економічних агентів;

вміти окреслювати місце, завдання, можливості та перспективи інституційних змін в економіці України.

формування суджень:

здатність практичного застосування ключових аналітичних технік для оцінки стану інститутів і перспектив інституційних перетворень в суспільстві та економіці;

здатність моделювати інституційну поведінку економічних агентів, аналізувати й оцінювати ефективність таких моделей;

здатність визначати механізми забезпечення інституційних процесів і перетворень в суспільстві та економіці України.

3. Дисципліна вільного вибору студента .

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК .

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	4-й
		Лекції:	
		15год.	4-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	4 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: Бакалавр	45год.	82-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3.5		-	-
самостійної роботи студента – 3.5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Проданова Л.В., д.е.н., професор

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теорія інституціональної економіки

Тема 1. Теорія інституціональної економіки: предмет і метод

1.1. Вступ до інституціонального аналізу. Зародження інституціоналізму, його методологічні витоки.
1.2. Сучасний стан інституціональної економіки.
1.3. Предмет і метод інституціональної теорії.

Тема 2. Інститути і норми

2.1. Поняття інституту.
2.2. Норми: ознаки, види, походження.
2.3. Механізми забезпечення норм. Інституціональна система.

Тема 3. Теорія ігор: дослідження інститутів

3.1. Ігрова модель міжлюдських взаємодій: моделювання інституціональної поведінки.
3.2. Моделі інституціональної поведінки.

Тема 4. Власність як інститут. Права власності
4.1. Власність: її характеристики і забезпечення прав.
4.2. Система власності. Режими прав власності.
4.3. Теорії виникнення і зміни прав власності.

Тема 5. Трансакції і трансакційні витрати
5.1. Трансакція як елемент інституціонального аналізу.
5.2. Трансакційні витрати та їх різновиди.
5.3. Вимірювання трансакційних витрат. Трансакційні витрати і економічна ефективність.

Змістовий модуль 2. Теорія держави і політичних інститутів

Тема 6. Теорія контрактів
6.1. Контракти в інституціональній економіці.
6.2. Укладання і реалізація контрактів.
6.3. Опортунізм в контрактних відносинах та методи боротьби з ним.

Тема 7. Домогосподарство
7.1. Домогосподарство як економічна організація. Функції домогосподарства і його роль в економіці.
7.2. Економічна поведінка домогосподарств.
7.3. Еволюція домогосподарств.

Тема 8. Теорія фірми
8.1. Фірма і ринок – альтернативні інституціональні угоди.
8.2. Фірма як організація. Контрактна природа фірми. Типи фірм.
8.3. Організаційна структура фірми.

Тема 9. Теорія держави і політичних інститутів
9.1. Право і формування економічних традицій. Нелегальна (тіньова) економіка.
9.2. Теорія суспільних благ.
9.3. Теорія суспільного вибору.

Тема 10. Теорія перехідного періоду та інституційної динаміки
10.1. Еволюційно-інституційні основи теорії перехідного періоду.
10.2. Інституціональна динаміка.

10. Рекомендована література

1. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен ; [под ред. В. В. Мотылева ; пер. с англ. С. Т. Сорокина]. – М. : Прогресс, 1984. – 348 с.

2. Гелбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества / Дж. К. Гелбрейт ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1976. – 368 с.

3. Институциональная экономика : [учеб пособ.] / [Под рук. академика Д. С. Львова]. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 318 с.

4. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория: Учебник / Под общ. ред. д.э.н., проф. А.А.Аузана. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 416 с.

5. Інституціональна парадигма цивілізаційного розвитку : Монографія ; У 4 кн. / За ред. А. Ткача. — Запоріжжя : ГУ ЗІДМУ, 2007.

6. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз ; пер. с англ. Б. Пинскера. – М. : Дело ЛТД, 1993. – 192 с.

7. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт ; пер. з англ. І. Дзюб. – К. : Основи, 2000. – 198 с.

8. Олейник А. Н. Институциональная экономика : [учеб. пособ.] / А. Н. Олейник. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 416 с.

9. Степаненко С. В. Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології) : монографія / С. В. Степаненко. – К. : КНЕУ, 2008. – 312 с.

10. Ткач А. А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури : монографія / А. А. Ткач ; НАН. України. Об’єднаний ін-т економіки. – К., 2005. – 295 с.

ТОВАРОЗНАВСТВО
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни - формування системи спеціальних теоретичних знань щодо класифікації та асортименту непродовольчих та продовольчих товарів, контролю їх якості при зберіганні та використанні; оволодіння навичками органолептичного та інструментального методів контролю якості товарів.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

факторів, що вливають на формування та зберігання якості товарів;
асортименту та показників, які його характеризують;
товарознавчих характеристик товарних груп і конкретних товарів;
видів, функцій, форм та засобів товарної інформації.

застосування знань і розумінь:

вміти ідентифікувати товар за допомоги маркування, розшифрування інформаційних знаків в маркуванні;
вміти оцінювати якість товарів у процесі транспортування, зберігання та реалізації;

формування суджень:

здатність розуміння факторів, що вливають на формування та зберігання якості товарів;
здатність оцінювати якість товарів у процесі транспортування, зберігання та реалізації

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	За вільним вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		3-й	6-й
		Лекції:	
		45 год.	-
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		45 год.	12 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: бакалавр	45 год.	78- год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента –3		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Дітріх В.В. к.х.н., доцент, Пиріков О.В., к.т.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Товарознавство непродовольчих товарів.

Тема 1. Загальні відомості про товарознавство.

1.1. Сутність, мета та завдання дисципліни «Товарознавство»

1.2. Методи товарознавства

Тема 2. Характеристика окремих груп непродовольчих товарів

2.1. Товарознавство пластичних мас,

2.2. Товарознавство скляних та керамічних товарів

2.4.Товарознавство металевих, електропобутових, меблевих.

2.5.Поняття про швейні вироби.

Тема 3.Загальна характеристика асортименту і споживних властивостей швейних матеріалів та трикотажних товарів.

3.1.Лляні тканини

3.2. Товарознавство штучних вироби.

Тема 4. Ювелірні вироби.

4.1.Асортимент ювелірних виробів

4.2. Вимоги якості ювелірних виробів

Змістовий модуль 2. Товарознавство продовольчих товарів.
Тема 5. Зерно і продукти його переробки: борошно та крупи.
5.1. Хлібобулочні та макаронні вироби.
5.2. Вимоги щодо якості зерна та продуктів його переробки
5.3. Зберігання зерна та продуктів його переробки

Тема6. Загальна характеристика свіжих плодів і овочів та продуктів їх переробки.
6.1. Асортимент свіжих плодів і овочів та продуктів їх переробки.
6.2. Вимоги щодо якості свіжих плодів і овочів та продуктів їх переробки.

Тема 7. Кондитерські та смакові товари
7.1. Класифікація смакових товарів.
7.2. Виробництво смакових товарів.
7.3. Вимоги до якості та зберігання смакових товарів.

Тема 8. Загальна товарознавча характеристика споживних властивостей м'ясних, рибних та молочних товарів, харчових жирів.
8.1. Загальна товарознавча характеристика споживних властивостей м'ясних товарів
8.2. Загальна товарознавча характеристика споживних властивостей рибних товарів
8.3. Загальна товарознавча характеристика споживних властивостей молочних товарів
8.4. 8.3. Загальна товарознавча характеристика споживних властивостей харчових жирів.

10. Рекомендована література

1. Бірта Г.О. Товарознавство м'яса: навчальний посібник/ Г.О. Бірта, Ю.Г. Бургу.- К.: Центр учбової літератури, 2011.-164с
2. Дубініна А.А. Товарознавство смакових товарів : навчальний посібник / А.А. Дубініна, Ю.Т. Жук, В.А. Жук, Н.А. Жестерова. - К. : Професіонал, 2004. – 240 с.
3. Дітріх І.В. Товарознавство (розділ «Продовольчі товари»): методичні рекомендації до самостійної роботи з вивчення розділу для студентів спеціальності 6.030507 «Маркетинг» ОКР «Бакалавр» денної та заочної форм навчання/ І.В. Дітріх, О.С. Чікалова.- Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 99 с.
4. Дітріх І.В. Товарознавство (розділ «Продовольчі товари»): метод. вказівки до виконання лаб. робіт для студ. спец. 6.050108 „Маркетинг" ОКР «Бакалавр» ден. та заоч. форм навчання / І.В. Дітріх. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 58 с.

5. Дітріх І.В. Товарознавство (Розділ «Продовольчі товари») Методичні вказівки до виконання контрольних робіт для студентів напряму підготовки 6.030507 “Маркетинг” ОКР «Бакалавр» заочної форми навчання/ І.В. Дітріх.- Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 44с.

6. Задорожний І.М., Гавриліщин В.П. Товарознавство зерноборошняних товарів. – Львів: Компакт-ЛВ., 2004.-356 с.

7. Задорожний І.М. Товарознавство продовольчих товарів. Риба і рибні продукти : підручник / І.М. Задорожний, І.В. Сирохман, Т.М. Растюк. – Львів: Коопосвіта, 2000. – 380 с.

8. Орлова Н.Я. Товарознавство продовольчих товарів. Фрукти, овочі, гриби та продукти їх переробки: підручник / Н.Я. Орлова, П.Х. Пономарьов. – К.: КНТЕУ, 2009 – 414с.

9. Рудавська Г. Б. Молочні та яєчні товари: підручник / Г.Б. Рудавська, Є.В. Тищенко. - К.: – К. : КНТЕУ, 2013 – 372с.

10. Сирохман І.В. Товарознавство кондитерських товарів. Навч.пос. / В.І.В.Сирохман – Л.: Компакт ЛВ, 2006. – 240 с.

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування у майбутніх фахівців знань про особливості комерційної діяльності в мережі Інтернет; вивчення основних напрямків використання електронної комерції в Україні та світі; використання сучасних інформаційних технологій для розв'язання різноманітних задач в практичній діяльності за фахом.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основні принципи й правила побудови комерційних стратегій;
основи роботи пошукових систем;
поняття про релевантність та конверсію;
основи роботи систем просування сайтів;
типи та формати даних;
програмне забезпечення для роботи з web-документами;
основи web-дизайну;
основи форматування документів для мережі інтернет;
основи мови розмітки;
основи каскадних таблиць стилю;

застосування знань і розумінь:

уміння впевнено використовувати програмне забезпечення для обробки графічних даних;

уміння вільно використовувати пакети програм для роботи з web-документами, для ефективного розв'язання фахових завдань;

уміння використовувати можливості сучасних локальних комп'ютерних мереж для колективної роботи та спільного використання ресурсів;

уміння користуватися службами глобальної мережі інтернет для просування торгових марок та продуктів;

формування суджень:

здатність оцінити стан сучасних електронних технологій, що впливають на зв'язок із цільовою аудиторією, та обрати стратегії їх використання;

здатність обирати найвпливовіші методики та засоби сучасних технологій на етапі формування маркетингових стратегій підприємства;

здатність формувати власні стратегії з використанням різноманітних засобів комунікації;

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		5-й	2-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		5-й	4-й
		Лекції:	
		26 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	6год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		68 год.	108-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 5,2		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач
Ліхачов Р.В., ст. викладач

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи електронної комерції.
Тема 1. Сутність електронної комерції.
1.1 Поняття та особливості електронної комерції.
1.2 Цілі, завдання та основні підходи в електронній комерції.
1.3 Розвиток інтернет-технологій.
1.4 Поточний стан і розвиток Інтернет в Україні та світі.

1.5 Місце і роль заходів електронної комерції в рекламній діяльності вітчизняних підприємств.

Тема 2. Засоби маркетингових комунікацій в мережі Інтернет.

2.1 Засоби Інтернет комунікації: Web-сайт компанії: контент і структура сайту, usability, SEO, SMO, контекстна реклама, банерна реклама, вірусний маркетинг, поштова Інтернет розсилка, тематичні форуми, Вікіпедія.

2.2 Поняття, сутність і основні відмінності засобів маркетингових комунікацій від традиційних.

2.3 PR-кампанія в Інтернеті. Принципи і нові способи формування комунікаційної політики підприємства в мережі Інтернет.

2.4 Мобільний інтернет. Інтерактивний Інтернет маркетинг: додатки та ігри, ролики.

Тема 3. Контекстна реклама.

3.1 Поняття, сутність і переваги контекстної реклами.

3.2 Історія виникнення і розвитку контекстної реклами.

3.3 Ринок контекстної реклами.

3.4 Сервіси контекстної реклами.

3.5 Стратегії ведення контекстної рекламної кампанії.

3.6 Правила підбору слів, складання текстів оголошень, вибору цільових сторінок, показу оголошень. Приклади правильних і неправильних оголошень.

3.7 Розрахунок ефективності контекстної рекламної кампанії.

Тема 4. Створення, просунення та підтримка сайтів.

4.1 Визначення веб-сайту і його характеристики. Класифікація веб-сайтів.

4.2 Вибір назви сайту. Принципи вибору доменного імені, типи доменних імен.

4.3 Формулювання ідеї сайту, маніфесту компанії.

4.4 Визначення провайдера та плану хостингу.

4.5 Публікація сайту в Інтернеті. Визначення критеріїв ефективності сайту.

Змістовий модуль 2. Взаємодія з користувачем та пошуковими системами.

Тема 5. Пошукове просування сайту (SEO).

5.1 Поняття, сутність і переваги пошукового просування сайту.

5.2 Індексація сайту ПС. Внутрішні чинники, що впливають на просування сайту.

5.3 Пошукова оптимізація. Методика підбору ключових запитів.

5.4 Апдейти і швидкість просування сайту. Штрафні санкції пошукових систем відносно сайтів.

Тема 6. Соціальні мережі. Портали і блоги.

6.1 Поняття і сутність соціальної мережі. Огляд основних соціальних мереж: Twitter. Вконтакте. Facebook. Однокласники.

6.2 Поняття і сутність блогу і порталу. Різновиди блогу: Livejournal, Liveinternet, корпоративний блог.

6.3 Інструменти просування в соціальних мережах.

6.4 Стратегія просування в соціальних мережах. Інтеграція сайту з соціальними мережами.

Тема 7. Стратегія, планування в цифровому маркетингу.
7.1 Розробка маркетингової стратегії в мережі Інтернет: аналіз попиту, аналіз конкурентного середовища, вивчення web-аналітики.
7.2 Стратегічне планування кампанії і оцінка трафіку.
7.3 Вибір виду комунікації.
7.4 Складання прогнозу бюджету заходів у електронній комерції.

Змістовий модуль 3. Ознайомлення з сучасними інструментами та технологіями.
Тема 8. Оцінка ефективності заходів електронної комерції.
8.1 Поняття ефективності заходів електронної комерції.
8.2 Аналітичний звіт як елемент оцінки: види, вимоги.
8.3 Пост-клік аналіз рекламної кампанії.
8.4 Статистика відвідувань сайтів: Яндекс метрика, Liveinternet, Google analytics.
8.5 Особливості оцінки ефективності контекстної реклами та пошукової оптимізації сайтів.
8.6 Особливості аудиторії користувачів Інтернету – національні, вікові, статеві, освітні та ін. Визначення цільового сегменту споживачів.

Тема 9. Конструктори сайтів, сервіси для просування.
9.1 Поняття про конструктори сайтів.
9.2 Робота з пошуковими роботами.

10. Рекомендована література

1. Робин Ноблес, Керри-Лэй Греди. Эффективный Web-сайт. Учеб. пособие – М.: Изд-во ТРИУМФ, 2004 – 560 с.
2. Фйо А. Рентабельный Web-дизайн. Пер. с англ. – М.:Кудиц-образ, 2004. – 336с.
3. Круг С. Веб-дизайн: книга Стива Круга или «не заставляйте меня думать!» - Пер. с англ. – СПб: Символ-Плюс, 2001. – 200с.: цв.ил.
4. Джон МакВейд. Дизайн страниц Before&After./ Пер. с англ. – М.: Кудиц-образ, 2006. – 272с.: ил.
5. Нильсен Якоб, Тахир Мари. Дизайн Web-страниц. Анализ удобства и простоты использования 50 узлов.: Пер. с англ.: Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 336с.: ил.
6. Основы веб-мастерства. Учебный курс. 2-е изд./В.Холмогоров. – СПб.: Питер, 2003. – 320с.: ил.
7. Аббасов И. Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3. – ДМК, 2008. – 224 с.

8. Волкова Т.О. Лучшие спецэффекты Photoshop CS3 для дизайнера. Библиотека пользователя. - СПб.: Питер, 2008. – 224с.
9. Петр Ташков. Веб-мастеринг на 100%. HTML, CSS, JavaScript, PHP, CMS, графика, раскрутка. - СПб.: Питер, 2010. – 512с.
10. Разработка, дизайн, программирование, тестирование и раскрутка WEB-сайта / WEB design garage/ Фролов И. К., Перелыгин В. А., Самойлов Е. Э. – Москва, «Триумф», 2009. – 480с.

КОМП'ЮТЕРНИЙ ДИЗАЙН У МАРКЕТИНГУ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Мета викладання навчальної дисципліни – формування у майбутніх фахівців сучасного рівня володіння інструментами комп'ютерної графіки, набуття практичних навичок роботи з сучасними графічними програмами, опанування основ дизайну у мережі інтернет і використання сучасних інформаційних технологій для розв'язання різноманітних задач в практичній діяльності за фахом.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основні принципи функціонування графічних пакетів програм;

основні типи програмного забезпечення для вирішення задач web-дизайну;

основні технології створення web-документів та обробки і збереження даних;

поняття про основи роботи із конструкторами сайтів;

поняття про методику створення HTML та XML-документів;

поняття про типи та формати даних;

основні принципи розробки web-додатків на основі технологій HTML та XML;

основи форматування web-документів;

розуміння основ технології мережевої взаємодії;

застосування знань і розумінь:

уміння впевнено використовувати програмне забезпечення для обробки HTML даних;

уміння вільно використовувати пакети програм для роботи з web-документами, для ефективного розв'язання фахових завдань;

уміння використовувати можливості сучасних локальних комп'ютерних мереж для колективної роботи та спільного використання ресурсів;

уміння створювати HTML-документи;

уміння працювати з CSS-документами та об'єктною моделлю документа DOM;

формування суджень:

здатність оцінити стан сучасних електронних технологій, що впливають на фахові сфери, та обрати стратегії їх використання;

здатність обирати найвпливовіші методики та засоби сучасних технологій для роботи за фахом;

здатність опановувати сучасні технології роботи з інформацією з метою їх впровадження у фахових сферах;

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання (60 балів);
підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:
українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 3		3-й	4-й
		Лекції:	
		26 год.	6-год
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		68 год.	108-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 4		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач
Ліхачов Р.В., ст. викладач

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Мови розмітки інформації в мережі Інтернет, мова HTML.

Тема 1. Розвиток інформаційного суспільства.
1.6 Поняття про інформацію.
1.7 Цілі, завдання та основні підходи в роботі з інформацією.
1.8 Розвиток сучасних комп'ютерних технологій.
1.9 Використання комп'ютерної техніки в різних галузях.

Тема 2. Мова розмітки гіпертексту HTML.
2.1 Поняття про гіпертекст.
2.2 Обробка та передача гіпертекстової інформації.
2.3 Мета-інформація, цифровий вигляд різних видів інформації.
2.4 Поняття про теги та їх призначення.
2.5 Поняття про атрибути тегів.
2.6 Поняття про посилання.

Тема 3. Створення списків, таблиць, фреймів.
3.1 Основні поняття про побудову таблиць у HTML.
3.2 Форматування та наповнення таблиць.
3.3 Зціплення рядків або колонок таблиць.
3.4 Основні поняття про списки.
3.5 Зміна зовнішнього вигляду списку.
3.6 Основні поняття про фрейми.
3.7 Інлайн фрейми.

Тема 4. Робота з зображеннями.
4.1 Види зображень.
4.2 Розмаїття способів вставки зображення на сторінку.
4.3 Мапа зображення, виділення зон, обробка кліку.
4.4 Зображення як посилання.
4.5 Фонові зображення на сторінці чи в окремих елементах.
4.6 Реакції зображень на події.
4.7 Приховані зображення.

Тема 5. Створення форм.
5.1 Поняття про прості форми.
5.2 Заповнення форм.
5.3 Перевірка та відправка даних форми.
5.4 Приховані форми.
5.5 Елементи форм: поля вводу, селектори, чекбокси тощо.

Тема 6. Каскадні таблиці стилів CSS.
6.1 Основні поняття про стиль.
6.2 Інлайн стилі.
6.3 Поняття про адресацію та вибір компонентів на сторінці.
6.4 Комбіновані фільтри.

6.5 Складні стильові схеми.

Змістовий модуль 2. Основні поняття про дизайн у мережі інтернет.

Тема 7. Основи Web-дизайну та принципи створення Web-сайтів.
7.1 Просторові співвідношення.
7.2 Форма. Колір. Текстури. Шрифт і текст.
7.3 Поєднання і баланс. Контраст. Динаміка.
7.4 Типи сайтів. Створення сайту.

Тема 8. Зовнішній вигляд та графічні об'єкти.
8.1 Формат сторінки.
8.2 Заголовки. Навігація. Блоки тексту.
8.3 Позиціонування елементів.
8.4 Графічні елементи сторінки.

Тема 9. Основні поняття про графіку.
9.1 Векторна і растрова графіка.
9.2 Техніка створення Web-графіки.
9.3 Функції і призначення графіки (виставочна графіка, фон, банер, візуальна графіка).
9.4 Прийоми створення Web-графіки.

Тема 10. Засоби створення динамічних елементів Web-сторінок та модульні технології Web-програмування.
5.1 Мови сценаріїв.
5.2 Основи JavaScript.
5.3 Динамічний HTML.
5.4 Об'єктна модель документа (DOM)

10. Рекомендована література

1. Деван Шеперд. Освой самостоятельно XML за 21 день - Вильямс, 2000 г. - 432 с. ISBN: 5-8459-0272-X.
2. Палагута К.О. П 14 Мовна модель сучасного інформаційного простору . Навч. посіб. для студ. економ. напрямів підготовки ден. та заоч. форм навчання – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. - 270 с.
3. Коломова Н.В. HTML: Учебный курс. – СПб: Питер, 2006. – 268 с.
4. Робин Ноблес, Керри-Лэй Греди. Эффективный Web-сайт. Учеб. пособие – М.: Изд-во ТРИУМФ, 2004 – 560 с.
5. Фйо А. Рентабельный Web-дизайн. Пер. с англ. – М.:Кудиц-образ, 2004. – 336с.
6. Круг С. Веб-дизайн: книга Стива Круга или «не заставляйте меня думать!» - Пер. с англ. – СПб: Символ-Плюс, 2001. – 200с.: цв.ил.

7. Джон МакВейд. Дизайн страниц Before&After./ Пер. с англ. – М.: Кудиц-образ, 2006. – 272с.: ил.
8. Основы веб-мастерства. Учебный курс. 2-е изд./В.Холмогоров. – СПб.: Питер, 2003. – 320с.: ил.
9. Петр Ташков. Веб-мастеринг на 100%. HTML, CSS, JavaScript, PHP, CMS, графика, раскрутка. - СПб.: Питер, 2010. – 512с.
10. Офіційний сайт ДонНУЕТ / Електронний ресурс. – Режим доступу www.donduet.edu.ua

ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Мета викладання навчальної дисципліни – надання теоретичних знань та формування практичних навичок з систематизації проблем стану та розвитку кожного з елементів, які формують основу ринкової інфраструктури з урахуванням сучасного стану економіки України

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

рівні взаємовідносин і типи лояльності споживачів;

методи маркетингових досліджень вимірювання лояльності споживачів;

методи формування лояльності споживачів ;

організаційно-економічні засади обґрунтування заходів підвищення лояльності і оцінки їх ефективності

види і особливості програм лояльності;

застосування знань і розумінь:

уміння визначати можливості формування взаємовідносин зі споживачами з урахуванням кон'юнктури ринку;

уміння здійснювати сегментацію споживачів з огляду на цінності споживача та компанії;

уміння розробляти програми лояльності споживачів

формування суджень:

здатність оцінити стан та можливі напрями впровадження управлінських рішень та їх впровадження в програми лояльності;

здатність визначити та надавати характеристику організаційно–економічного обґрунтування заходів з підвищення лояльності та оцінки їх ефективності;

здатність обґрунтувати та визначити механізми ефективної реалізації стратегії щодо лояльності споживачів.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання ;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		4-й	6-й
		Лекції:	
		год.	4-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		45 год.	4год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	45 год.	82-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 7.5		-	-
самостійної роботи студента – 7.5		**Вид контролю:**	
		залік	

8.Викладач

Булгакова О.В., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи формування інфраструктури товарного ринку.

Тема 1. Сутність і зміст інфраструктури товарного ринку.
1.1. Характеристика товарного ринку та його економічний зміст.
1.2. Поняття видів ринків та їх класифікація.
1.3. Сутність інфраструктури товарного ринку
1.4. Конструктивні елементи інфраструктури

Тема 2. Суб'єкти інфраструктури товарного ринку.
2.1. Загальна характеристика економічних відносин у сфері товарного обігу.
2.2. Види та сутність діяльності суб'єктів інфраструктури ринку.
2.3. Види і рівні партнерських відносин на товарному ринку

Тема 3. Характеристика основних елементів інфраструктури товарного ринку
3.1. Форми та методи регулювання товарного ринку
3.2. Функції структурних елементів інфраструктури товарного ринку
3.3. Напрями та особливості функціонування елементів інфраструктури
3.4. Оцінка стану та розвитку інфраструктури товарного ринку

Тема 4. Макроорганізація оптової та роздрібної торгівлі .
4.1. Сутність і місце оптової торгівлі в інфраструктурі товарного ринку
4.2. Посередницька діяльність на товарному ринку у формуванні інфраструктури.
4.3. Сутність і види роздрібної торгівлі .
4.4. Електронна торгівля.

Тема 5. Торгово-посередницька діяльність у формуванні інфраструктури ринку
5.1. Принципи торгово-посередницької діяльності на товарному ринку
5.2. .
5.3. Місце маркетингових посередників у системі розподілу товарів.
5.4. Обґрунтування рішення щодо вибору посередників

Змістовий модуль 2. Основи функціонування елементів інфраструктури товарного ринку .

Тема 6. Місце та роль торговельних підприємств у розвитку інфраструктури ринку.
6.1. Підприємства та форми діяльності оптових підприємств
6.2. Підприємства та форми діяльності роздрібної торгівлі .
6.3. Оптові і роздрібні ринки в інфраструктурі товарного ринку.
6.4. Товарні біржі в інфраструктурі товарного ринку
6.5. Фірми консигнаційної торгівлі.

Тема 7. Фінансові організації як елемент інфраструктури товарного ринку
7.1. Характеристика банківської системи: сутність, структура, завдання
7.2. Спеціалізовані фінансові установи
7.3. Клірингові установи: значення, напрями розвитку
7.4. Фондові та валютні біржі у формуванні інфраструктури

Тема 8. Надання послуг у формуванні інфраструктури товарного ринку
8.1. Принципи формування видів послуг для товарного ринку
8.2. Лізінгові організації
8.3. Інжинірингові послуги та порядок їх надання
8.4. Форми та рівні надання консультаційних послуг

Тема 9. Інформаційна організація інфраструктури товарного ринку

9.1. Принципи та напрями формування інформації на товарному ринку
9.2. Маркетингові та інформаційно-комерційні центри
9.3. Сутність виставкової діяльності у розвитку інфраструктури
9.4. Рекламні організації у формуванні інфраструктури товарного ринку

Тема 10. Організація контролю як напрям розвитку інфраструктури товарного ринку
10.1. Сутність та форми контролю на товарному ринку
10.2. Значення Рахункової палати в діяльності ринку
10.3. Органи інспекції податкової системи
10.4. Роль органів інспектування торгівлі
10.5. Сутність діяльності митних служб у формуванні товарного ринку

10. Рекомендована література

1. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: Монографія / За ред. О.О.Шубіна, Я.А.Гончарука. – Донецьк-Львів: ДонНУЕТ, 2007.- 404 с.
2. Виноградська А. М. Основи підприємництва: Навч. посіб. - К КНТЕУ, 2003. -382с.
3. Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шкапова О. М. МІ неджмент в організації: Навч. посібник для студ. екон. спец, вузів. - ; е вид., перероб. і допов. - К.: Кондор. - 2004. - 654 с.
4. Габа В. В., Ігошина В. П., Миронюк Ґ. В. Курс лекцій з дисциг ліни "Комерційна експлуатація залізниць". - К.: КУЕТТ, 2003. - 48 с
5. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник для вузов. - 8-е изд перераб. й доп. - М.: Дашков й К°. - 2003. -408 с.
6. Дашков Л. П., Бризгалін А. В. Комерційний договір: від уклг дання до виконання. - К.: МПП "Капрал", 1998. - 172 с.
7. Довідник основних показників роботи залізниць Україн (1992-2003 роки) / Під кер. О. В. Юрченка. - К.: Управління статис тики Укрзалізниці, 2003. - 39с.
8. Економіка і залізничний транспорт України: Моніторинг мак роекономічних і галузевих показників (1996 - 2001 рр.) / Наук. кер. Ю М. Цвєтов, М. В. Макаренко. - К.: КУЕТТ, 2003. - 316с.
9. Железнодорожный транспорт Украины - 2003: Каталог. - К. ДП "Такі справи", 2003. - 24 с.
10. Ибрагимов Л. А. Инфраструктура товарного рынка. - М. ПРИОР, 2001. - 256с.

ЛОГІСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – надання теоретичних знань та формування практичних навичок принципів і методів управління логістичними процесами в рамках складської мережі та складського господарства, як частини логістичної інфраструктури компанії.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

склад, типи та взаємозв'язок об'єктів логістичної інфраструктури;

процеси, що протікають в рамках логістичної інфраструктури;

сучасні інформаційні технології та обладнання, яке застосовується для оптимізації функціонування логістичної інфраструктури;

цілі, задачі та критерії для побудови ефективної логістичної інфраструктури;

застосування знань і розумінь:

уміння оптимізувати склад об'єктів логістичної інфраструктури;

уміння визначати ефективність функціонування об'єктів логістичної інфраструктури;

уміння розробляти моделі функціонування складської мережі компанії;

уміння застосовувати відповідні інструменти розрахунку параметрів функціонування об'єктів логістичної інфраструктури;

уміння обґрунтовувати стратегічні рішення з формування та оптимізації логістичної інфраструктури;

уміння проводить комплексний аналіз стану та перспектив розвитку логістичної інфраструктури;

формування суджень:

здатність оцінити стан та можливі напрями розвитку логістичної інфраструктури;

здатність визначити та надавати характеристику механізмів впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості логістичної інфраструктури;

здатність обґрунтувати та визначити механізми ефективного управління логістичною інфраструктурою із застосуванням інструментів інформаційних технологій.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		2-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		8-й	6-й
		Лекції:	
		год.	4-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		45 год.	4 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	45 год.	82-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 7.5		-	-
самостійної роботи студента – 7.5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Булгакова О.В., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Логістична інфраструктура та інтегрований підхід до аналізу її функціонування .

Тема 1. Теоретичні основи логістичної концепції управління інфраструктурою

1.1. Сутність логістичної інфраструктури.

1.2. Логістична інфраструктура у підвищенні ефективності підприємства

1.3. Логістичний ланцюг підприємства «закупівля-виробництво-збут»

1.4. Структура і аналіз потоків, які функціонують в рамках логістичної інфраструктури

Тема 2. Принципи проектування і організація логістичної інфраструктури.
2.1. Функціонування та взаємодія об'єктів логістичної інфраструктури.
2.2. Транспортні коридори у формуванні логістичної інфраструктури.
2.3. Задачі підвищення ефективності функціонування об'єктів логістичної інфраструктури
2.4. Автоматизаційні процеси і операції в межах логістичної інфраструктури

Тема 3. Територіальна організація логістичної інфраструктури складської мережі
3.1. Сутність створення складської логістичної мережі
3.2. Формування територіально розташованої логістичної структури складської мережі
3.3. Показники ефективності логістичної інфраструктури складів
3.4. Залежність транспортних витрат від кількості та якості складської мережі

Тема 4. Підходи до вибору логістичних посередників
4.1. Роль логістичних посередників у формуванні логістичної інфраструктури
4.2. Алгоритм вибору логістичних посередників
4.3. Експертні методи вибору логістичних посередників
4.5. Вибір логістичних посередників з використанням багатокритеріальних оцінок.

Змістовий модуль 2. Розвиток логістичної інфраструктури.

Тема 5. Управління логістичним процесом на складі
5.1. Сутність структури системи складування
5.2. Алгоритм вибору оптимальної системи складування
5.3. Інформаційні технології та технічні рішення в управлінні складським господарством
5.4. Логістичні витрати та організація логістичного процесу на складі.
5.5. модель процесу переробки грузопотока на складі.

Тема 6. Стратегії розвитку логістичної інфраструктури.
6.1. Корпоративні стратегії росту і конкурентоспроможності підприємства.
6.2. Напрями оптимізації складського господарства.
6.3. Оптимізація забезпечуючи процесів.
6.4. Стратегічні ініціативи вдосконалення логістичної інфраструктури.

Тема 7. Обґрунтування стратегічних рішень розвитку логістичної інфраструктури.

7.1. Імітаційне моделювання як інструмент прийняття рішення оптимізації взаємодії об’єктів інфраструктури.
7.2. Методи підтримання стабільного функціонування логістичної інфраструктури.
7.3. Параметри ефективності і рівня сервісу взаємодії об’єктів інфраструктури різних рівнів.
7.4. Інтеграція об’єктів логістичної інфраструктури на макроекономічному рівні

10. Рекомендована література

1. Григорьев М.Н., Долгов А.П., Уваров С.А.Логистика. Продвинутый курс: Учебник для магистров/ М.Н. Григорьев, А.П. Долгов, С.А. Уваров. – 3-е изд., пер. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2011. – 734 с.
2. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: Учебник / Н.К. Моисеева; Под общ. ред. проф., д.э.н. В.И. Сергеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 528 с.
3. Сергеев В.И. Управление цепями поставок: учебник для бакалавров и магистров / В.И. Сергеев. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 479 с.
4. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: Учеб. пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2011. – 320 с.
5. Дыбская В.В. Логистика складирования: Учебник / В.В. Дыбская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 559 с.
6. Канке А.А., Кошевая И.П. Логистика: Учебник / А.А. Канке, И.П. Кошевая. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 384 с.
7. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / В.И. Сергеев, Е.В. Будрина и др.; Под ред. В.И.Сергеева. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 634 с.
8. Логистика и управление цепями поставок: учебник для академического бакалавриата/ под ред. В.В. Щербакова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 582 с.
9. Управление запасами в цепях поставок: Учебник / А.Н. Стерлигова. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 430 с.
10. 10.Клімова І.Г. Логістика як чинник підвищення конкуретоспроможності підприємства / І.Г. Клімова // Держава та регіони. - 2006. - № 4. - С. 163 - 166.

ТАРА І УПАКОВКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни «Тара і упаковка» є надання студентам системи теоретичних та практичних знань і навичок у галузі тарного господарства та пакування товарів народного споживання, необхідних для успішної діяльності фахівців в умовах ринкових відносин; вивчення студентами основних видів тари і пакувальних товарів вітчизняного та зарубіжного виробництва, їх характеристики, вимоги до якості тари і пакувальних товарів згідно чинних нормативних документів, які необхідні для діяльності майбутніх фахівців вищої кваліфікації.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

асортименту та класифікації пакувальних матеріалів,

відмінних особливостей найрозповсюджених матеріалів, що застосовуються в галузі пакування,

маркірувальних знакі, що характеризують тару та поводження з нею;

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати основні види пакувальних матеріалів вітчизняного та зарубіжного виробництва, з яких виробляється тара,

уміння характеризувати пакувальні матеріали, їх функції та вимоги до упаковки продовольчих та непродовольчих товарів, чинних нормативних документів;

формування суджень:

здатність визначати відмінні особливості найрозповсюджених матеріалів, що застосовуються під час виробництва товарів;

здатність визначати систему штрихового кодування тари та упаковки для продовольчих та непродовольчих товарів;

здатність оцінювати вид пакувального матеріалу,

здатність обґрунтовувати особливості конструкції та призначення,

здатність оцінювати відповідність вибору пакувального матеріалу особливостям товару;

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання.

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів -2		5-й	5-й
		Лекції:	
		26 год.	8-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин -150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: "Бакалавр"	98 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7,5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Рева О.В., к.б.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль І. Пакувальні матеріали і тара: роль, класифікація, стандартизація та уніфікація

Тема 1. Предмет і завдання дисципліни "Товарознавство пакувальних матеріалів і тари". Роль упаковки у торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами. Класифікація, стандартизація та уніфікація тари для продовольчих та непродовольчих товарів

1.1. Роль і місце упаковки на шляху товаропросування від виробника продукції до споживача. Упаковка, як фактор конкурентоспроможності товару. Еволюція пакувальних матеріалів і тари для продовольчих та непродовольчих товарів. Різновидність маркування і основні вимоги до дії нанесення на тару.

1.2. Упаковка і її роль у торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами. Функції упаковки. Стадії життєвого циклу упаковки. Пакувальні матеріали які використовуються для виробництва тари. Класифікація пакувальних матеріалів. Критерії якості пакувальних матеріалів. Пакувальні матеріали та їх характеристика.

1.3. Основне призначення тари. Визначення виду і типу тари. Основні ознаки, згідно з якими здійснюється класифікація тари. Визначення тари згідно прийнятої класифікації. Вимоги які пред'являються до тари. Стандартизація та уніфікація тари.

Змістовний модуль ІІ. Основні типи і види тари

Тема 2. Матеріали із паперу і картону. Металеві матеріали і тара. Скло і скляна тара.

2.1. Папір. Картон. Класифікація паперових і картонних матеріалів. Класифікація упаковки із картону. Споживча упаковка на основі картону.

2.2. Основні матеріали у виробництві металевої тари. Допоміжні матеріали у виробництві металевої тари. Класифікація та характеристика видів металевої тари.

2.3. Скло і склотарна галузь. Скляна тара.

Тема 3. Полімерні матеріали й тара. Дерев'яна тара. Транспортна тара

3.1. Класифікація полімерних матеріалів. Плівкові полімерні матеріали. Багатошарові і комбіновані матеріали. Матеріали для вакуумного упакування продуктів харчування. Полімерні піно матеріали. Біо- і фоторозкладувальні полімерні матеріали. Гнучкі полімерні пакувальні матеріали. Нові пакувальні матеріали і упаковка. Пакети поліетиленові. Мішки поліпропіленові. Споживні властивості ламінатів і пакетів із них. Класифікація і види полімерної тари для упакування продовольчих і непродовольчих товарів. Туби і аерозольні балончики для упакування товарів. Вимоги до полімерів і дефекти виробів із них.

3.2. Характеристика деревини як матеріалу тари. Основні види дерев'яної тари для продовольчих товарів.

3.3. Класифікація, стан, перспективи транспортної тари. Жорстка та напівжорстка транспортна тара. Крупногабаритна полімерна тара.

Тема 4. Методи і технології упакування. Допоміжні пакувальні матеріали. Маркування. Сучасні напрями застосування пакувальних матеріалів і тари для харчових продуктів

4.1. Особливості транспортного упакування. Асептична технологія упакування. Сучасні технології вакуумного упакування харчових продуктів. Особливості упакування окремих груп непродовольчих товарів.

4.2. Етикетки. Закупорювальні засоби. Стрічки та клейкові матеріали. Маркування полімерної тари. Маркування товарів. Технологія захисту виробів від підробок. Торгова марка. Товарний знак. Штрихове кодування.

4.3. Упакування хлібобулочних виробів. Упакування кондитерських виробів. Упаковка снеків і продуктів сублімаційної сушки. Упаковка для fast-food. Упаковка раціонів харчування і засобів особистої гігієни. Дихальна упаковка для свіжих овочів і фруктів. Упакування кислотовмісних продуктів. Упакування молока і молочних продуктів. Упакування жировмісних продуктів. Упакування смакових товарів. Упакування м'яса і м'ясних продуктів. Оболонки для ковбасних виробів. Упакування риби і морепродуктів. Упакування продуктів холодильного оброблення.

11. Рекомендована література

1. Будникова О.А. История упаковки: учебное пособие/ М.: МГУП, 2009.- 120 с.
2. Губа Л.М., Шурдук І.В. Товарознавство пакувальних матеріалів і тари: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни студентами напряму підготовки 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво». – Полтава: ПУЕТ, 2012. – 136 с.
3. Ефремов Н.Ф. Тара и ее производство. Ч.1. Производство тары из полимерных пленок и листов: учебное пособие/ М.: МГУП, 2009.- 341 с.
4. Зелке С., Кутлер Д., Хернандес Р. Пластиковая упаковка Пер. с англ. под. ред. Дмитрикова П. А., Загорского А. Л., – СПб: Профессия, 2011. - 560 с.
5. Кирван Марк Дж. (ред) Упаковка на основе бумаги и картона / Марк Дж. Кирван (ред.). - Пер. с англ. В. Ашкинази; науч. ред. Э. Л. Аким, Л. Г. Махотина. – СПб.: Профессия, 2008. – 488 с., ил. табл.
6. Сирохман І.В. Товарознавство пакувальних товарів і тари: Підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / І.В. Сирохман, В.М. Завгородня. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 616 с.
7. Бердышев Б.В., Борисов А.А., Скопинцев И.В., Скураптова Э.А. Производство полимерной тары и упаковки: Учебное пособие. – М.: МГУИЭ, 2010. – 80 с.
8. Веселов А.И., Веселова И.А. Технологическое оборудование, оснастка и основы проектирования упаковочных производств: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 262 с.
9. Галат Е. Упаковка для рыбы (отечественный и зарубежный опыт) // Упаковка. – 2003. – № 2 – С. 12–16.
10. Ефремов Н.Ф., Гротов А.С. и др. Автоматизированное проектирование упаковки. Учебное пособие. М., Университетская книга, Логос, 2008, - 248 с.

ЕТИКА БІЗНЕСУ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни:** надання теоретичних знань щодо особливостей етики бізнесу та формування практичних навичок з оцінки впливу етики бізнесу на його ефективність.

2. **Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:**

знання і розуміння:
- щодо особливостей етики бізнесу в умовах глобалізації
- умов використання категорійного і понятійного апарату
- принципів та методів оцінки впливу етики бізнесу на його ефективність

застосування знань і розумінь:
- уміння досліджувати безособистісні, практично-утилітарні відносини людей з метою їх гармонізації
- уміння управляти бізнесом в рамках відповідних моральних обов'язків
- уміння розробляти інвестиційні проекти відповідно до «кодексів етики бізнесу»
- володіння методами побудови великої комерційної організації на базі принципів справедливості
- володіння навичками координації діяльності компанії в умовах глобалізації сучасного бізнесу
- володіння навичками аналізу етичних ситуацій
- уміння проводити оцінку етичних норм бізнесу
- оволодіння навичками поєднання етики бізнесу та теорії бізнесу за для кращої адаптації компанії до сучасних вимог у довгостроковому періоді
- уміння проводити етичні дослідження, інтерпретувати одержані результати та звітувати про них
- володіння методами оцінки менеджменту та маркетингу компанії з точки зору етичних понять
- володіння навичками аналізу конкретних розповсюджених типів неетичної поведінки та її наслідків, розроблення методів їх уникнення
- володіння навичками оптимізації взаємодії професійних обов'язків та універсальних етичних цінностей

формування суджень:
- здатність оцінити стан і тенденції розвитку компанії відповідно до етичних норм бізнесу

- здатність обґрунтовувати доцільність та необхідність вирішення конфліктних ситуації у діяльності компанії відповідно до «кодексів етики бізнесу»
- здатність оцінити вплив етичних понять на формування міжнародного іміджу компанії
- здатність встановити фактори, що забезпечують ефективність діяльності компанії у сучасних умовах здійснення бізнесу
- здатність обґрунтувати аналіз етичних ситуацій, інтерпретувати результати цього аналізу
- здатність визначити особливості функціонування компанії в умовах глобалізації сучасного бізнесу та можливі напрями його удосконалення
- здатність встановити фактори, які визначають вплив етики бізнесу на розвиток компанії
- здатність оцінювати ефективність впровадження етичних норм під час реалізації стратегії компанії

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4. Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне (опитування, тестування, розв'язання задач, виконання індивідуальних завдань).
підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів – 2		5-й	5-й
		Лекції:	
		26 год.	8-
Індивідуальне	ступінь:	**Практичні, семінарські:**	

науково-дослідне завдання - реферат	бакалавр	26 год.	6-
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		98 год.	136-
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7,5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Дорофєєва Х.М., ст. викладач

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Природа та сутність етики бізнесу
Тема 1. Сутність етики
1.1 Мораль та етика
1.2 Структура та функції моралі
1.3 Рівень морального розвитку менеджера

Тема 2. Загальні поняття етики бізнесу
2.1 Професійна та універсальна етика
2.2 Загальні принципи етики бізнесу

Тема 3. Еволюція представлень щодо етики бізнесу
3.1 Етичний релятивізм. Первинні основи етики бізнесу
3.2 Етична концепція Г. Форда та «теорія людських відносин» Ф. Рузвельта
3.3 Сучасний етап розвитку теорії бізнес етики
3.4 Становлення етики бізнесу в Україні

Тема 4. Предмет та специфіка етики бізнесу
4.1 Етичні проблеми ведення бізнесу
4.2 Становлення етики бізнесу як наукової дисципліни
4.3 Структура етики бізнесу та її ієрархічні рівні

Тема 5. Основні концепції етики бізнесу
5.1 Релігія та бізнес
5.2 Концепція утилітаризму та нон-утилітаризму в етиці бізнесу
5.3 Деонтична етика
5.4 Етика справедливості

Змістовий модуль 2. Місце етики бізнесу в функціонуванні транснаціональних корпорацій

Тема 6. Управлінські рішення та етика бізнесу
6.1 Місце етичного аспекту у розробці управлінського рішення
6.2 Алгоритм прийняття управлінського рішенні, заснований на етичній моделі обґрунтування рішень

Тема 7. Порушення етичних норм бізнесу
7.1 Класифікація порушень етичних норм бізнесу
7.2 Сучасні напрямки неетичної поведінки товаровиробників

Тема 8. Ділова репутація та її рейтингова оцінка
8.1 Рейтингова оцінка компанії та її складові
8.2 Приклади неетичної поведінки міжнародних корпорації

Тема 9. Суспільні організації в сфері етики бізнесу
9.1 Принципи функціонування суспільних організації в сфері етики бізнесу
9.2 Європейські суспільні організації в сфері етики бізнесу

Тема 10 .Кодекси етичної поведінки бізнесу
10.1 Основні постулати кодексу етичної поведінки бізнесу
10.2 Найвідоміші кодекси етичної поведінки бізнесу

Тема 11. Етичні конфлікти макрорівня
11.1 Безконфліктна та конфліктна концепції розвитку бізнесу
11.2 Керівні принципи для захисту прав споживачів

10. Рекомендована література

1. Белбелян С.С. Стандарт SA 8000. Сертификация на соответствие социально-этическим нормам // Сертификация. – 1998. – №3. – С. 29 – 30.
2. Ботавина Р.Н. Этика деловых отношений. - М.:Финансы и статистика, 2001. - 208с.
3. Ботторф Д. Этика в организации: от обеспечения соответствия к результативности // Стандарты и качество. - 2007. - №1. - С. 102-108
4. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Протестантские секты и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990
5. Венедиктов. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека. - М., 1996
6. Вогель Д.Д. Этика бизнеса: прошлое и настоящее // Уроки организации бизнеса. – СПб., 1994
7. Гах Й. Етика ділового спілкування. - К.:Центр навч. л-ри, 2005. - 160с.
8. Запатрина И.В. Этика предпринимательства // Теория и практика управления. - 2005. - №1. - С.56-59
9. Зарубина Н.Н. Этика служения и этика ответственности в культуре русского предпринимательства // Общественные науки и современность. - 2004. - №1. - С.96-105

10.Кияшко Ю.И. Этика регулятора: [Деловая этика в органах гос. управления и регулирования] // Теория и практика управления. - 2005. - №1. - С.60-62

МЕРЧАНДАЙЗИНГ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни полягає у формування знань та умінь використання комплексу мерчандайзингу щодо створення комфорту споживачів у торговельній залі і підвищення ефективності збутової діяльності.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

системи базових знань з теорії та практики обґрунтування ефективності розподілу торговельної площі;

ефективності розміщення торговельного обладнання в торговельній залі;

організації поведінки споживачів на засадах мерчандайзингу;

управління поведінковою реакцією покупців;

управління споживчою поведінкою на основі мерчандайзингу;

застосування знань і розумінь:

уміння визначати особливості мерчандайзингу в умовах торгівлі;

уміння аналізувати результати досліджень в області мерчандайзингу;

уміння визначати чинники зовнішнього впливу на планування торговельної зали та розміщення обладнання;

уміння використовувати особливості мерчандайзингу для підвищення роботи торговельного підприємства.

формування суджень:

здатність оцінити ефективність роботи фахівця з мерчандайзингу;

здатність визначити ефективність використання площі та торговельного обладнання;

здатність оцінити привабливість товарного відділу та вибір оптимального варіанту його розміщення;

здатність сформувати асортимент та товарні категорії.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування, тестування, розв'язання ситуаційних завдань і задач, публікація тез доповідей і статей, виконання індивідуального завдання (60 балів);

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни:

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		6-й	6-й
		Лекції:	
		30 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання - реферат		**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	6-год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: Бакалавр	75 год.	108-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 3		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

Кулінська А.В., к.держ.у., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи мерчандайзингу

Тема 1. Мерчандайзинг: суть, зміст і значення в умовах маркетингової орієнтації.

1.1. Передумови виникнення та еволюція виникнення мерчандайзингу.

1.2. Сутність, зміст, завдання дисципліни.

1.3. Сфери застосування мерчандайзингу.

Тема 2. Організація внутрішнього простору торговельного підприємства.

2.1. Сучасні торгові технології, типи та формати підприємств.

2.2. Технологічні планування торговельних залів магазинів.

2.3. Зонування та розподіл площі торговельної зали.

2.4. Розміщення товарних груп і формування потоків покупців.

2.5. Аналіз привабливості товарного відділу і вибір оптимального варіанту його розміщення.

2.6. Інтер'єр та атмосфера збуту.

Тема 3. Мерчандайзингові підходи до формування або управління асортиментом товарів.

3.1. Класифікація асортименту з позицій мерчандайзингу. Формування товарних категорій.

3.2. Властивості асортименту товарів.

3.3. Формування та збалансування асортименту товарів у торговельних підприємствах.

Тема 4. Викладка товарів на основі технології мерчандайзингу.

4.1. Правила пропонування товарів у магазині.

4.2. Викладка товарів: сутність, види та принципи.

4.3. Стимулювання активності споживача.

Тема 5. Управління споживчою поведінкою на основі мерчандайзингу.

5.1. Управління рефлексами споживача на основі мерчандайзингу.

5.2. Управління вибором споживачів на основі мерчандайзингу.

5.3. Відчуття та сприйняття: формування образу товару.

Змістовий модуль 2. Управління мерчандайзингом

Тема 6. Особливості мерчандайзингу окремих груп товарів.

6.1. Мерчандайзинг товарів продовольчої групи.

6.2. Мерчандайзинг товарів непродовольчої групи.

Тема 7. Підготовка персоналу для виконання стандартів мерчандайзингу.

7.1. Функції та обов'язки мерчандайзера.

7.2. Система стимулювання і мотивації мерчандайзера.

10. Рекомендована література

1. Анурин В.Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: [учеб. пособ.] / В.Ф. Анурин, Е.В. Евтушенко. – СПб.: Питер, 2012. – 270 с.

2. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Професіонал, 2010. – 156 с.

3. Бєлявцев М.І. Маркетинг: [навч. посіб.] / М.І. Бєлявцев, Л.М. Іваненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 328 с.

4. Бойко И.И. Маркетинговые исследования (минимальный маркетинговый эксперимент): [учеб. пособ.] / И.И. Бойко. – К.: Кондор, 2009. – 280 с.

5. Вачевський М.В. Маркетинг. Формування професійної компетенції: [підручник] / М.В. Вачевський. – К.: Професіонал, 2013. – 512 с.

6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2012. – 712 с.

7. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: [навч. посіб.] / Л.Ф. Єжова. – К.: КНЕУ, 2012. – 560 с.

8. Зозулёв А.В. Поведение потребителей: [учеб. пособ.] / А.В. Зозулёв. – К.: Знання, 2012. – 364 с.

9. Куденко Н. Маркетингові стратегії фірми: [монографія] / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.

10. Малиш О. Стратегічне позиціонування підприємств та обґрунтування напрямків їх ринкової поведінки / О. Малиш // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 2. – С. 39-46.

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ ПОВЕДІНКОЮ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування комплексу теоретичних і практичних знань щодо оволодіння навичками управління поведінкою людей в процесі праці та їх удосконалення.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
ефективної системи управління організаційної поведінки у підприємстві;
складів системи організаційної поведінки;
моделі організаційної поведінки;
сутності та особливостей розвитку особистості;
методи мотивації в системі організаційної поведінки;
методи управління груповими процесами;
управління комунікаціями в системі організаційної поведінки;
сутності понять «влада», «вплив», «лідерство» та «організаційна культура»;

застосування знань і розумінь:
уміння розробляти психологічні анкети опиту;
уміння формувати модель управлінської команди;
уміння застосовувати методи психологічного впливу;
уміння давати оцінку особистості; використовувати сучасні моделі мотивації, приймати управлінські рішення;

формування суджень:
здатність розуміти визначення проблематики та змісту організаційної поведінки персоналу;
здатність розуміти визначення місця та ролі людини в системі організаційної поведінки;
здатність володіти методами організаційної роботи індивіда;
здатність розуміти особливості мотивації поведінки працівника;
здатність володіти навичками управління груповими процесами,
здатність володіти вмінням управляти комунікаціями в організаціях;
здатність розуміти методи впливу, елементи лідерства та організаційну культури.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей (60 балів).

підсумкове – екзамен (40 балів).

6. Мова викладання:

українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	3-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		6-й	6-й
		Лекції:	
		30год.	6- год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		15 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: бакалавр	75 год.	108- год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3.5		-	-
самостійної роботи студента –6		**Вид контролю:**	
		екзамен	

8. Викладач

Кулінська А.В., к.держ.у., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Система управління організаційної поведінкою

Тема 1. Предмет, зміст та завдання дисципліни “Управління організаційною поведінкою”

1.1. Організаційна поведінка як наукова дисципліна та прикладна наука. Складові частини прикладної поведінкової науки.

1.2. Фактори, що визначають організаційну поведінку. Мета аналізу організаційної поведінки. Об’єкти аналізу організаційної поведінки.

1.3 Фактори, які впливають на формування загальної поведінки. Зв'язок курсу "Організаційна поведінка" з іншими дисциплінами. Внесок соціальних наук у дисципліну "Організаційна поведінка".

Тема 2. Людина в системі організаційної поведінки

2.1. Система організаційної поведінки: склад, особливості. Завдання систем організаційної поведінки. Теоретична модель організаційної поведінки: єдність, види.

2.2. Індивідуальний рівень моделі організаційної поведінки. Система цінностей. Індивідуальні цінності, які впливають на поведінку індивіда в організації. Поширене ставлення індивіда в організації.

2.3. Характеристики особистості: темперамент, характер, спрямованість, соціальна структура. Базові позиції управління поведінкою людей в організації.

2.4. Сучасні теорії розвитку особистості.

Тема 3. Організація роботи працівників підприємства

3.1 Цілі та напрямки організації роботи виконавця.

Чинники, які впливають на вибір стратегічного проектування праці виконавців.

3.2 Вплив стратегій проектування праці індивіда на організаційну поведінку.

3.3 Основні елементи оцінки виконання роботи.

Змістовий модуль 2. Організація роботи та мотивація в системі організаційної поведінки. Управління груповими процесами та комунікаціями у підприємстві

Тема 4. Мотивація в системі організаційної поведінки

4.1 Процес мотивації в системі організаційної поведінки.

4.2Теорія біхевіоризму. Основні категорії біхевіоризму

4.3 Вплив винагороди на задоволеність працею. Форми винагороди за виконання робіт у підприємстві.

Тема 5. Управління груповими процесами у підприємстві

5.1 Група. Умови формування груп в організації. Критерії формування груп.

5.2 Групова динаміка. Принципи групового мислення. Процес групової роботи

Тема 6. Управління комунікаціями в системі організаційної поведінки. Влада, вплив, лідерство та організаційна культура

6.1. Загальна модель процесу комунікації. Модель організаційної комунікації.

6.2.Комунікативні бар'єри. Типи комунікативних бар'єрів та шляхи їх подолання.

6.3 Порівняльна характеристика стилів управління.

6.4 Організаційна культура. Оцінка національних та організаційних культур.

10. Рекомендована література

1.Оксинойд К.Э. Организационное поведение: учебник / К.Э. Оксинойд. – М.: КНОРУс, 2009.
2.Литвинюк А.А.: Организационное поведение. - М.: Юрайт, 2012
3.Макаров В.М.: Менеджмент. - СПб.: Питер, 2011
4.Глухов В.В.: Менеджмент. - СПб.: Питер, 2010
5.Захаров Н.Л.: Организационное поведение государственных служащих. –
М.: ИНФРА-М, 2010
6.Згонник Л.В.: Организационное поведение. - М.: Дашков и К, 2010
под ред. д-ра экон. наук, проф. А.М. Лялина: Теория менеджмента. –
СПб.: Питер, 2010
7.Армстронг М.: Практика управления человеческими ресурсами. –
СПб.: Питер, 2009 8. В.Г. Антонов и др. ; Под ред.:
8.Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой: Организационное поведение. - СПб.: Питер, 2009
9.Глухов В.В.: Менеджмент. - СПб.: Питер, 2009
10.Мін-во освіти і науки України, АПН України, Національний технічний ун-т "Харківський політехничний ін-т" ; За ред.: Л.Л. Товажнянського, О.Г. Романовського ; Рец.: В.І. Луговий, В.П. Андрущенко, В.В. Рибалка: Проблеми та перспективи формування наіональноі гуманітарно-технічноі еліти. - Харків: НТУ "ХПІ", 2009

УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. **Мета викладання навчальної дисципліни** – допомога студентам засвоїти питання, що пов'язані з відданням переваги споживачем певному товару або послузі, що формується в результаті узагальнення відчуттів, емоцій та думок відносно цього товару або послуги.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

основних підходів до дослідження управління лояльністю споживачів;

факторів внутрішнього та зовнішнього впливу на лояльність споживачів;

навичок роботи зі споживачем та управління його лояльністю;

головних критеріїв оцінки лояльності споживачів;

основних методів підвищення лояльності споживачів;

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати підходи до дослідження управління лояльністю споживачів;

уміння аналізувати фактори внутрішнього і зовнішнього впливу на лояльність споживачів;

уміння використовувати навички роботи зі споживачем і управління його лояльністю;

уміння оцінювати критерії лояльності споживачів;

уміння використовувати методи підвищення лояльності споживачів;

формування суджень:

здатність вибрати підхід щодо визначення того, який спосіб управління відданістю споживачів є для компанії найбільш відповідним;

здатність провести сегментацію груп споживачів з погляду їх відданості компанії, її товарам або послугам;

здатність провести дослідження мотивів звернення споживача до компанії;

здатність розробити процес управління взаєминами із споживачами, при якому процеси та процедури будуть узгоджені із запитами споживачів;

здатність розробити плани дій з управління взаєминами із споживачами;

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування, тестування, розв'язання ситуаційних завдань і задач, публікація тез доповідей і статей, виконання індивідуального завдання;

підсумкове –ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська.

7. Опис навчальної дисципліни:

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, ступінь</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Кількість кредитів ECTS – 4</td><td rowspan="3">Галузь знань :
07 «Управління та адміністрування »</td><td colspan="2">дисципліна вільного вибору студента</td></tr>
<tr><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td>4-й</td></tr>
<tr><td>Модулів - 1</td><td rowspan="4">Спеціальність: 075 «Маркетинг»</td><td colspan="2">Семестр:</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Змістових модулів - 2</td><td>6-й</td><td>7-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції:</td></tr>
<tr><td>15 год.</td><td>6-год.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Індивідуальне науково-дослідне завдання - реферат</td><td rowspan="9">ступінь:
бакалавр</td><td colspan="2">Практичні, семінарські:</td></tr>
<tr><td>30 год.</td><td>4-год.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Загальна кількість годин - 120</td><td colspan="2">Лабораторні:</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Тижневих годин для денної форми навчання:</td><td colspan="2">Самостійна робота:</td></tr>
<tr><td>75 год.</td><td>108-год.</td></tr>
<tr><td>аудиторних – 3.5</td><td colspan="2">Індивідуальні заняття:</td></tr>
<tr><td>самостійної роботи студента – 5.7</td><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">Вид контролю:</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">залік</td></tr>
</table>

8. Викладач

Булгакова О.В., к.е.н., доцент

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Лояльність споживачів як основа маркетингу взаємовідносин

Тема 1. Лояльність споживачів: поняття та методи оцінки.

1.1. Поняття лояльності споживачів та її значення.

1.2. Зв'язок між рівнем задоволеності та лояльністю споживачів.

1.3. Визначення найбільш підходящих стратегій збільшення задоволеності споживачів.

Тема 2. Критерії та методи оцінки лояльності споживачів.

2.1. Клієнтська лояльність: три моделі поведінки.

2.2. Критерії оцінки лояльності споживачів. Методика «Servqual».

2.3. Інші методики оцінки лояльності споживачів.

Тема 3. Лояльність та задоволеність споживачів.

3.1. Типи та види лояльності споживачів.

3.2. Стадії процесу розвитку лояльності споживача.

3.3. Задоволеність як необхідна умова для формування лояльності.

Тема 4. Визначення задоволеності та лояльності споживачів.

4.1. Інтегровані системи зворотного зв'язку зі споживачами – Customer Feedback.

4.2. Підходи до моніторингу задоволеності покупців.

4.3. Причина зміщення акцентів із задоволеності на лояльність покупців.

4.4. Діагностичні групи визначення лояльності споживачів.

4.5. Мотиваційні групи визначення лояльності споживачів.

Змістовий модуль 2. Методологічний інструментарій дослідження лояльності споживачів

Тема 5. Лояльність споживачів – стратегія успіху компанії.

5.1. Основні передумови успішності стратегії задоволення потреб.

5.2. Моніторинг рівня задоволеності споживачів.

5.3. Побудова графіку залежності лояльності від ступеня задоволеності.

5.4. Визначення стратегії збільшення задоволеності споживачів.

Тема 6. Кількісні та якісні дослідження лояльності споживачів.

6.1. Методики кількісних досліджень лояльності споживачів.

6.2. Вимірювання ризику сприйняття нового товару споживачами.

6.3. Якісні дослідження цінностей та мотивів споживачів.

6.4. Дослідження мотивацій, направлених на упередження ризику.

Тема 7. Шанування бренду як вища форма лояльності споживача.

7.1. Основні етапи створення бренду.

7.2. Відмінності брендингу для різних товарів.

7.3. Основи управління брендом. Використання суббренду.

7.4. Організація захисту бренду.

Тема 8. Програми підвищення лояльності споживача.

8.1. Загальні відомості щодо програми підвищення лояльності.

8.2. Дисконтна програма та розіграші призів.

8.3. Бонусні програми заохочення та коаліційна програма лояльності.
8.4. Використання пластикових карток у створенні систем лояльності.
8.5. Перспективи систем лояльності.

10. Рекомендована література

1. Анурин В.Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка: [учеб. пособ.] / В.Ф. Анурин, Е.В. Евтушенко. – СПб.: Питер, 2012. – 270 с.
2. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: [навч. посіб.] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Професіонал, 2010. – 156 с.
3. Бєлявцев М.І. Маркетинг: [навч. посіб.] / М.І. Бєлявцев, Л.М. Іваненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 328 с.
4. Бойко И.И. Маркетинговые исследования (минимальный маркетинговый эксперимент): [учеб. пособ.] / И.И. Бойко. – К.: Кондор, 2009. – 280 с.
5. Вачевський М.В. Маркетинг. Формування професійної компетенції: [підручник] / М.В. Вачевський. – К.: Професіонал, 2013. – 512 с.
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: [підручник] / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2012. – 712 с.
7. Єжова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: [навч. посіб.] / Л.Ф. Єжова. – К.: КНЕУ, 2012. – 560 с.
8. Зозулёв А.В. Поведение потребителей: [учеб. пособ.] / А.В. Зозулёв. – К.: Знання, 2012. – 364 с.
9. Куденко Н. Маркетингові стратегії фірми: [монографія] / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
10. Малиш О. Стратегічне позиціонування підприємств та обґрунтування напрямків їх ринкової поведінки / О. Малиш // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 2. – С. 39-46.

МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – надання теоретичних знань та формування практичних навичок з формування цілісного уявлення про маркетинг взаємовідношень як сучасного напряму маркетингової діяльності підприємства у формуванні системи партнерських відносин учасників на ринку B2B та B2C.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути магістр:

знання і розуміння:

категоріальний апарат маркетингу відносин;

сутність системи відносин підприємства з суб'єктами ринкової взаємодії;

основи технології аналізу очікувань, задоволеності та лояльності клієнтів;

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати загальні та спеціальні методи виявлення портфелю взаємовідносин у межах ринкової діяльності підприємства;

уміння проводити діагностику інструментів маркетингу відносин щодо виявлення рівня лояльності клієнтів;

уміння розробляти плани реалізації стратегії маркетингу відносин

формування суджень:

здатність оцінити стан та можливі напрями впровадження маркетингу відносин у різні сфери діяльності підприємства ;

здатність визначити та надавати характеристику механізмів впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості концепції маркетингу відносин певного підприємства;

здатність обґрунтувати та визначити механізми ефективної реалізації стратегії маркетингу відносин щодо лояльності споживачів.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		3-й	4-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		6-й	7-й
		Лекції:	
		15 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 120		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:2		75 год.	108-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3.4		-	-
самостійної роботи студента – 5.7		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Булгакова О.В. ,к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти формування напрямів маркетингу відносин.

Тема 1. Теоретико-методологічні підходи до визначення концепції маркетингу відносин.
1.1. Прогресивність концепції маркетингу відносин.
1.2. Концепція маркетингу відносин в сучасних умовах соціально-економічного розвитку.
1.3. Принципи концепції «7Р»

Тема 2. Споживачі та споживча цінність продукту в теорії маркетингу відносин.
2.1. Стадії життєвого циклу взаємовідношень зі споживачами.
2.2. Створення споживчої цінності продукту.

2.3. Рівні організації відносин зі споживачами

Тема 3. Фактори формування взаємовідносин на різних рівнях
3.1. Ризик і емоції
3.2. Довіра та приверженість
3.3. Задоволеність споживачів

Тема 4. Взаємовідносини як основа конкурентоздатності та позиціонування підприємства.
4.1. Напрями формування відносин зі споживачами у сфері B2C і B2B.
4.2. Споживчий досвід: фактори формування та механізми використання.
4.3. Кастомізація як сучасна маркетингова технологія.

Змістовий модуль 2. Методологічні основи технології формування стратегії маркетингу відносин.

Тема 5. Системи управління відносинами зі споживачами.
5.1. Теорія маркетингу відносин у B2B.
5.2. Інтерактивна взаємодія зі споживачами у створенні цінності.
5.3. Рівні управління маркетинговими відносинами у сфері B2B.
5.4. Формування портфелю відношень

Тема 6. Персонал як внутрішній споживач у маркетингу.
6.1. Організація маркетингу відносин на підприємстві.
6.2. Співтовариства практики в структурі маркетингу відносин .
6.3. Залучення співробітників в бренд компанії.
6.4. Програми лояльності персоналу: проблеми та перспективи.

Тема 7. Формування конкурентних стратегій в маркетингу відносин
7.1 Конкуренція як соціальний процес
7.2. Кластерна теорія конкуренції
7.3. Типи соціально-укоренених конкурентних стратегій

Тема 8. Споживча лояльність як унікальний ресурс компанії
8.1. Лояльність як комплексний феномен
8.2. Оцінні підходи до визначення споживчої лояльності
8.3. Типологізація споживчої лояльності

Тема 9. Фактори формування та способи оцінки лояльності
9.1. Методи виміру споживчої лояльності
9.2. Види програм лояльності
9.3. Показники ефективності програм лояльності

Тема 10. Інструменти маркетингу відносин
10.1. Direct marketing як форма коммуникації та канал збуту

10.2. Принципи побудови кампаніїи по direct marketing
10.3. Сегментація цільової аудиторії в стратегії роботи з цільовими групами в direct marketing

10. Рекомендована література

1. Джером Джулер, Босим Л. Креативные стратегии в рекламе. / Пер. с англ. под ред. Ю.Н.Кантуревского.- СПб: Питер, 2002. - 384.
2. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение. / Ю.Д.Красовский – М.: ЮНИТИ, 1999 – 471 с.
3. Курьялов, К., Ковалевчкая, А. Событийный маркетинг, или новый инструмент, позволяющий удержать покупателя / К. Курьялов, А. Ковалевская // Маркетинговые коммуникации, № 5,
4. 2001.
5. Ламбен, Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: Европ. перспектива: Пер. с фр./ Ламбен Ж.-Ж.-СПб: Наука, 1996.-589с.
6. Лебедева, М.М. Вам предстоят переговоры / М.М.Лебедева – М.: Экономика, 1993 – 154 с.
7. Лопатинская, И.В. Лояльность как основной показатель удержания потребителей банковских услуг. / И.В. Лопатинская // Маркетинг в России и за рубежом, № 3, 2002. – С. 20 - 32
8. Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование маркетинга. / М. Мак-Дональд - СПб.:Издательство "Питер", 2000. - 320 с.
9. Маккей, Х. Как уцелеть среди акул: Опередить конкурентов в умении продавать, руководить, стимулировать, заключать сделки / Х. Маккей. Деловая стратегия: концепция, содержаниесимволы/ Б.Карлоф: пер. с англ.- М.: Уфа: Экономика: Акад. Менеджмента, 1993.- 366 с.
10. Андрєєв А.Г. Лояльний споживач — основа довгостроковоїконкурентної переваги компанії / Андрєєв А.Г // Маркетинг і маркетингові дослідження. — 2003. — № 2.

СКЛАДСЬКА ЛОГІСТИКА І УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системи теоретичних і практичних знань з складської логістики та управління товарними запасами на підприємствах різних форм власності, сучасних течій її розвитку, щодо перетворення параметрів реальних потоків для їх найбільш ефективного використання.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності і функції складів в логістичних системах;
видів складів та їх особливості;
забезпечення ефективності складування;
складових логістичного процесу на складі;
товарних запасів, їх особливостей та їх ефективним управлінням;
обліку та руху товарів на складі;
ролі упакування в підвищенні ефективності логістичних складських процесів;
сучасних систем управління товарними запасами

застосування знань і розумінь:

уміння формувати системи складування;
уміння визначати основні проблеми забезпечення ефективності складування;
уміння аналізувати територіальне розміщення складів;
уміння класифікувати товар на складі за сучасними методами;
уміння ефективно використовувати складські, матеріальні і людські ресурси, показники роботи складу і витрати на утримання складського господарства;
уміння проводити оцінку роботи складів;

формування суджень:

здатність оцінити стан та перспектив складської логістики;
здатність розрахувати розмір корисної площі складу та робити висновки щодо ефективного їх використання;
здатність визначити та надати характеристику механізму руху товарних запасів;
здатність обґрунтувати та визначити механізм ефективного управління товарними запасами.

3. Дисципліна за вільним вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;
підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору навчального закладу	
		Рік підготовки:	
		3-й	4-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		6-й	8-й
		Лекції:	
		-	-
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		45 год.	12 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 90		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: бакалавр	45 год.	78-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 7.5		-	-
самостійної роботи студента – 7.5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Дорофєєва Х.М., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни
Змістовий модуль 1. Функції складської логістики

Тема 1. Склади в логістиці
1.1. Особливості організації складського господарства в сучасних умовах.

1.2. Цілі та задачі складської логістики.
1.3. Види і функції складів.
1.4. Класифікація складів.
1.5. Вимоги до складів в залежності від особливостей товару.

Тема 2. Порядок виконання складських операцій
2.1. Інформаційне обслуговування складу
2.2. Складання технологічної карти та технологічних графіків

Тема 3. Логістичний процес на складі
3.1. Розвантаження та приймання вантажів
3.2.Складування і зберігання товару
3.3. Комплектація замовлення та відвантаження
3.4. Види послуг складу

Тема 4. Складське обладнання
4.1. Вибір складського обладнання.
4.2. Види техніки і доцільність її використання
4.3. Упакування як засіб підвищення ефективності логістичних складських процесів

Тема 5. Оцінка роботи складів
5.1. Оцінка інтенсивності роботи складів
5.2.Оцінка ефективності використання площі складу
5.3. Оцінка механізації складських робіт

Змістовий модуль 2. Управління товарними запасами

Тема 6. Суть та склад товарних запасів
6.1. Значення товарних запасів в логістичній системі підприємства
6.2. Класифікація товарних запасів

Тема 7. Витрати в системі управління товарними запасами
7.1. Витрати на виконання замовлення
7.2. Витрати дефіциту
7.3. Прямі витрати

Тема 8. Сучасні системи управління товарними запасами
8.1.Параметри системи управління товарними запасами
8.2. Система з фіксованим розміром замовлення
8.3. Система з фіксованою періодичністю замовлення
8.4. Аналіз ABC- XYZ в управлінні матеріальними запасами
8.5. «Запаси, що управляють продавцем»

Тема 9. Стратегії управління товарними запасами

9.1. Стратегія найбільшої обачності

9.2. Стратегія додаткового резерву

9.3. Стратегія відсотка від попиту

10. Рекомендована література

1. Алесинская Т.В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления / Т.В. Алесинская . – Таганрог : ТТИ ЮФУ, 2010. – 116 с.
2. Аникин, Б.А., Тяпухин, А.П. Коммерческая логистика: Учебник / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. - М.: Проспект, 2013. - 432 с.
3. Афонин, А.М. Промышленная логистика: Учебное пособие / А.М. Афонин. - М.: Форум, 2013. - 304 с.
4. Афанасенко И.Д. Логистика снабжения / И.Д. Афанасенко - СПб: Питер, 2010. – 386 с.
5. Бродецкий Г.Л. Системный анализ в логистике: выбор в условиях неопределенности / Г.Л. Бродецкий. - М.: Академия, 2010
6. Бродецкий Г.Л. Управление рисками в логистике / Г.Л. Бродецкий. - М.: Академия, 2010
7. Гайдаенко А.А. Логистика / А.А. Гайдаенко. - М.: КноРус, 2014. – 267 с.
8. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник для высших учебных заведений по направлению подготовки "Экономика" / А. М. Гаджинский. – М.: Дашков и К°, 2013. – 420 с.
9. Григорьев М.Н. Логистика. Базовый курс : учебник / М.Н. Григорьев, С.А. Уваров. - М. : Юрайт, 2011. - 782 с.
10. Герасимов, Б.И. Основы логистики / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, В.Д. Жариков. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 304 с.

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системного мислення та комплексу спеціальних знань з питань теоретичних та методологічних основ інноваційного маркетингу.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
предмету, мети, завдань і змісту інноваційного маркетингу;
державного регулювання інновацій;
інструментів інноваційної політики;
досвіду закордонних країн та особливостей і перспектив розвитку інновацій в Україні;
функціональних областей маркетингу інновацій;
сучасних інформаційних технологій в інноваційній політиці підприємства;
законодавчих нормативно-правових актів стосовно інноваційної діяльності підприємства;

застосування знань і розумінь:
уміння ефективно планувати, організовувати та керувати інноваціями на сучасному підприємстві;
уміння створювати і впроваджувати цінові рішення у виведенні інновації на ринок;
уміння користуватися сучасними інформаційними технологіями інноваційній політиці;
уміння складати відповідні документи стосовно маркетингу інновацій на підприємстві;

формування суджень:
здатність оцінити рівень розвитку інноваційної діяльності підприємства в умовах конкурентного маркетингового середовища;
здатність визначити економічний результат від впровадження інновацій у діяльність підприємства.

3. Дисципліна вільного вибору студента .

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; вирішення кейсів та ситуаційних завдань; публікація тез доповідей; написання есе; підготовка доповіді та розробка презентації до неї засобами Power Point; виконання індивідуального науково-дослідного завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська, англійська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3,5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	5-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		7-й	9-й
		Лекції:	
		13 год.	6
Індивідуальне науково-дослідне завдання	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	4
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 105		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		6 год.	95
		Індивідуальні завдання:	
аудиторних – 5		-	-
самостійної роботи студента – 5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Наторіна А.О., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. ІННОВАЦІЙНІ ТЕОРІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ У МАРКЕТИНГУ

Тема 1. Інновація як об’єкт маркетингової політики

1.1. Сутнісна характеристика інновацій та інноваційної діяльності.
1.2. Класифікація інновацій та їх особливості.
1.3. Теорії інноваційного розвитку.

Тема 2. Маркетингові дослідження ринку інновацій

2.1. Характеристика ринку інновацій, учасники ринку.
2.2. Стратегії позиціонування інновації.
2.3. Апробація інновацій на ринку.
2.4. Дифузія інновацій.
2.5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.
2.6. Аналіз факторів успішності інновації.

Тема 3. Інноваційні методи та інструменти у маркетингу

3.1. Нові інструменти маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства.
3.2. Концептуальні підходи до управління маркетингом.
3.3. Напрями дій підприємства у руслі концепції інноваційного маркетингу залежно від рівня задоволення запитів на ринку.
3.4. Ідеологеми формування і розвитку креативного маркетингу організацій.

Тема 4. Державне регулювання інноваційної діяльності

4.1. Мета, принципи і методи державного регулювання інноваційної діяльності в Україні і світі.
4.2. Форми підтримки інноваційної діяльності.
4.3. Інноваційна інфраструктура, її елементи та функції.

Тема 5. Антикризовий маркетинг

5.1. Антикризовий маркетинг: інноваційний аспект.
5.2. Діагностика кризового стану промислових підприємств.
5.3. Маркетингові інструменти антикризового управління підприємством.
5.4. Розроблення інноваційних технологій забезпечення антикризового розвитку машинобудівних підприємств.
5.5. Проблеми формування логістичних центрів.

Тема 6. Маркетинг в інформаційній економіці

6.1. Трансформація маркетингу в інформаційній економіці.
6.2. Інноваційні підходи до застосування Інтернету в маркетинговій діяльності підприємств.
6.3. Оцінка ефективності використання маркетингових інструментів стимулювання інноваційного розвитку регіону в мережі Інтернет.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

Тема 7. Маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці

7.1. Бар’єри сприйняття нового товару.
7.2. Особливості купівельної поведінки споживачів України стосовно нових товарів.

7.3. Роль товарного знаку в просуванні інновації.
7.4. Інновації в упаковці.
7.5. Значення сервісу для просування інноваційних продуктів.

Тема 8. Маркетингові цінові рішення у виведенні інновації на ринок
8.1. Визначення роздрібної ціни на новий товар на основі показників порівняльного науково-технічного рівня.
8.2. Формування цінової політики з урахуванням дезидератів ринку, задоволення потреб споживачів, ознак нових товарів та конкурентоспроможності підприємства.

Тема 9. Маркетингові та логістичні рішення у дистрибуції інновації
9.1. Узгодження маркетингових і логістичних рішень у виведенні нового товару на ринок.
9.2. Партнерський маркетинг в інноваційній діяльності підприємства, створенні та комерціалізації інновації.
9.3. Взаємоузгодження маркетингових та інноваційних рішень.
9.4. Внутрішнє партнерство в інноваційній діяльності.

Тема 10. Маркетингова політика комунікацій на ринку інновацій
10.1. Дифузія інновацій.
10.2. Пабліситі в інноваційному маркетингу.
10.3. Пропаганда наукових ідей.
10.4. Пропаганда наукових центрів і неприбуткових інноваційних проектів.

10. Рекомендована література

1. Інноваційна діяльність та її вплив на економічний розвиток в Україні: монографія. - Київ : УкрІНТЕІ, 2015. – 115 с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Текст] : статистич. зб. - Київ : [б. в.], 2015. – 255 с.
3. Захарченко В.И. Комплексная оценка эффективности внедрения инновации / Захарченко В.И., Побереженец О.В., Ясин Д.М. // Економіка та держава. – 2014. – №1. – С.23–31. 167
4. Зубенко В.О. Визначення приорітетності реалізації інноваційних проектів / Зубенко В.О. // Нуково-технічний збірник «Комунальне господарство міст». – 2009. – №80. – С. 38–45.
5. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності: Навчальний посібник / [За наук. ред. В.Г. Федоренко]. – К. : Алерта, 2014. – 431 с.
6. Економіка, підприємництво та бізнес-культура: трансформації в умовах розвитку інновацій: матеріали міжнарод. наук.-практич. конференції (м. Херсон,13-14 березня 2015 р.). - Херсон : Гельветика, 2015. – 256 с.
7. Абрамов О.К. Маркетинг инноваций : учебный курс [Електронний ресурс] / О.К. Абрамов. – Режим доступу: http://ich.tsu.tomsk.su/ Learning_program.

8. Кибовская А., Евдокимов А. Рейтинг супермаркетов бытовой электроники [Электронный ресурс] / Кибовская А., Евдокимов А. // Деньги. – №51(117). – Режим доступа: http://www.dengi.ua/clauses/43716.html 143.
9. Волосецкая А. Сольная партия [Электронный ресурс] / А.Валосецкая // Бизнес. – [Компании и рынки]. – №29. – Режим доступа: http://www.business.ua/i756/a23591/.

БІЗНЕС – ПЛАНУВАННЯ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

Мета викладання навчальної дисципліни - формування комплексу професійних знань із теоретичних та практичних засад бізнес-планування, засоби та методи прийняття планових рішень на підприємствах усіх форм власності, сформувати навички та вміння розробляти бізнес-плани.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

теоретичних знань методології і методики бізнес-планування;

передового вітчизняного та зарубіжного досвіду у сфері бізнес-планування;

застосування знань і розумінь:

уміння використовувати економічний інструментарій для проведення планових техніко-економічних розрахунків, розробки альтернативних планів та обґрунтування оптимальних варіантів розвитку підприємства;

формування суджень:

здатність до дослідницьких та творчих навичок у використанні на практиці набутих теоретичних знань.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування (усне, письмове); тестування; розв’язання практичних ситуацій; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання.

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	5-й
Модулів -	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		7-й	9-й
		Лекції:	
		13 год.	6-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		26	4 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 105		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: бакалавр	66 год.	95-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 3		-	-
самостійної роботи студента – 3		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Лохман Н.В., к.е.н., доцент

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Методологічні засади бізнес-планування

Тема 1. Бізнес-план у ринковій системі господарювання

1.1. Сутнісна характеристика бізнес-плану
1.2. Цілі розробки бізнес-плану
1.3. Формування інформаційного поля бізнес-плану
1.4. Загальна методологія розробки бізнес-плану
1.5. Комп’ютеризація процесу бізнес-планування

Тема 2. Підготовча стадія розробки бізнес-плану

2.1. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії
2.2. Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз для бізнесу
2.3. Виявлення сильних і слабких сторін фірми
2.4. Визначення місії фірми
2.5. Формулювання цілей діяльності фірми
2.6. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії

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

3.1. Структура бізнес-плану
3.2. Логіка розробки бізнес-плану
3.3. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану

Змістовний модуль 2. Зміст бізнес-плану підприємства

Тема 4. Продукт (послуги) і ринок
4.1. Галузь, фірма та її продукція
4.2. Дослідження ринку

Тема 5. Маркетинг-план
5.1. Мета і логіка розробки маркетинг-плану
5.2. Стратегія маркетингу
5.3. Стратегія збуту та реалізації продукції (послуг) фірми
5.4. Прогнозовані обсяги продажу

Тема 6. Виробничий план
6.1. Головне завдання та складові виробничого плану
6.2. Зміст виробничого плану

Тема 7. Організаційний план
7.1. Цілі та структура організаційного плану
7.2. Зміст основних розділів організаційного плану

Тема 8. Фінансовий план
8.1. Значення, зміст і технологія розробки фінансового плану
8.2. Стратегія фінансування
8.3. План доходів і видатків
8.4. Аналіз критичних точок бізнес-проекту
8.5. План грошових надходжень і виплат
8.6. Плановий баланс
8.7. Очікувані фінансові коефіцієнти
8.8. Оцінка ефективності інвестицій

Тема 9. Оцінка ризиків
9.1. Види можливих ризиків
9.2. Концепція управління ризиками
9.3. Заходи для нейтралізації або мінімізації негативних наслідків можливих ризиків

10. Рекомендована література

1 Гетало В.В., Гончаров Г.О., Колісник А.В. Бізнес-планування: навч. пос. – К.: «Видавничий дом «Професіонал», 2008. – 240 с.

2 Македон В.В. Бізнес-планування: навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 236 с.

3 Черняк В.З. Бизнес-планирование: Учебник для вузов.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.- 470 с.

4 Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, доп. / С. Ф. Покропивний, С. М. Со-боль, Г. О. Швиданенко, О. Г. Дерев'янко. — К.: КНЕУ, 2002. — 379 с.

5 Економіка підприємств різних типів: Навчальний посібник для студентів спеціальності 5.091711 „Технологія харчування" денної та заочної форми навчання / Аветисова А.О., Халімовська Т.С., Юрченко Ю.Ю. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. - 160 с.

6 Пелих А.С. «Бизнес-план или как организовать собственный бизнес», М., 2000г

7 Селезньов В.В. «Предпринимательская деятельность».- Х.: узд. Дом «Фактор», 2008 р. – 752с.

8 Данілов А.И. «Предпринимательство и бизнес», М., ЮНИТИ, 2000р

9 Лабурцева О.І. «Сутність підприємництва та тенденції його розвитку», - Актуальні проблеми економіки.- 2008 р.

10. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (із змінами та доповненнями)// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/436-15

МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері управління політикою розподілу підприємства, вироблення вмінь та навичок впровадження та використання інструментів управління розподільчою політикою підприємства з урахуванням їх особливостей.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

збутового потенціалу і системи забезпечення управління збутовою політикою підприємства;

процесів управління збутовою політикою підприємства: планування збутової політики, маркетингові стратегії управління збутом, методи прогнозування збуту, організація збутової діяльності, кадрове забезпечення збутової діяльності, організаційні зміни при реалізації збутової політики, мотивацію в системі управління збутовою політикою, маркетинговий контроль збуту;

застосування знань і розумінь:

уміння здійснювати коригування маркетингових стратегій управління збутом;

уміння активно управляти маркетинговими можливостями, що засновані на розробці ефективної збутової політики;

уміння вживати заходів щодо контролю збуту та оцінки ефективності управління збутовою політикою підприємства;

формування суджень:

здатність чітко оцінювати ринкову ситуацію і її можливі наслідки для підприємства;

здатність аналізувати управління збутовою політикою підприємства: STP-маркетинг в управлінні збутовою політикою підприємства, діагностику процесу управління збутовою політикою підприємства, оцінку ефективності управління збутовою політикою підприємства.

3. Дисципліна вільного вибору студента .

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв'язання практичних завдань, ситуаційних вправ, кейсів; виконання самостійної роботи; виконання індивідуального завдання; публікація тез доповідей;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:

українська, російська, англійська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	4-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		7-й	8-й
		Лекції:	
		26 год.	6 год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання: формування політики розподілу підприємства	ступінь: бакалавр	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	8 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:		98 год	136 год.
		Індивідуальні завдання:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7.5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач

Наторіна А.О., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Розподільча політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації

Тема 1. Актуальність, предмет, завдання та зміст навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу»

1.1. Роль розподілу в маркетинговій діяльності підприємства.
1.2. Проблеми управління розподілом в сучасних умовах.
1.3. Предмет та завдання дисципліни «Маркетингова політика розподілу».

Тема 2. Маркетингова політика розподілу в системі маркетингової орієнтації підприємства

2.1. Формування політики розподілу підприємства

2.2. Особливості управління політикою розподілу підприємства в умовах ринкової економіки

Тема 3. Розподіл як основа забезпечення управління маркетинговою політикою розподілу підприємства

3.1. Політика розподілу підприємства: сутність та характеристика складових.

3.2. Система забезпечення управління політикою розподілу.

Тема 4. Планування в системі управління політикою розподілу підприємства

4.1. Процес планування політики розподілу підприємства.

4.2. Маркетингові стратегії управління розподілом.

4.3. Методи прогнозування збуту.

Змістовий модуль 2. Процес управління та аналізу політики розподілу підприємства

Тема 5. Організація розподільчої діяльності підприємства

5.1. Кадрове забезпечення розподільчої діяльності.

5.2. Організаційні зміни при реалізації політики розподілу підприємства.

Тема 6. Мотивація в системі управління розподільчої політики підприємства

6.1. Мотивація розподільчого персоналу підприємства.

6.2. Стимулювання збуту: сутність та заходи.

Тема 7. Маркетинговий контроль в системі управління політики розподілу підприємства

7.1. Маркетинговий контроль розподілу: сутність та види.

7.2. Аудит системи управління розподільчої політики підприємства.

Тема 8. STP-маркетинг в управлінні розподільчої політики підприємства

8.1. Сегментування ринку.

8.2. Вибір цільового ринку.

8.3. Позиціонування підприємства на ринку

Тема 9. Діагностика процесу управління розподільчої політики підприємства

9.1. Діагностика маркетингового планування розподільчої політики.

9.2. Діагностика організації розподільчої політики.

9.3. Діагностика маркетингового контролю розподільчої політики.

Тема 10. Оцінка ефективності управління розподільчої політики підприємства

10.1. Оцінка зовнішньої ефективності управління розподільчої політики підприємства.

10.2. Оцінка внутрішньої ефективності управління розподільчої політики підприємства

10. Рекомендована література

12. Анурин, В.Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка [Текст] : учеб. пособие / В.Ф. Анурин, И.И. Муромкина, Е.В. Евтушенко. – СПб. : Питер, 2004. – 270 с.
13. Балабанова, Л.В. Маркетинг [Текст] : підручник / Л.В. Балабанова. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К. :Знання-Прес, 2004. – 645 с.
14. Веснин, В.Р. Менеджмент [Текст] : учебник / В.Р. Веснин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Издательство Проспект, 2005. – 504 с.
15. Виноградський, М.Д. Менеджмент в організації [Текст] : навч. посібник для студ. екон. спец. вузів / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова. – К. : «КОНДОР», 2002. – 654 с.
16. Гаркавенко, С.С. Маркетинг [Текст] : підручник / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2006. – 712 с.
17. Земляков, І.С. Основи маркетингу [Текст] : навч. посібник / І.С. Земляков, І.Б. Рижий, В.І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 352 с.
18. Зозулёв, А.В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика [Текст] : учеб. пособие. / А.В. Зозулёв, С.А. Солнцев. – М. : Рыбари, К. : Знання, 2008. – 643 с.
19. с.
20. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика [Текст] : учеб. пособие для вузов / А.Т. Зуб. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с.
21. Моисеева, Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии [Текст] : учеб. пособие / Н.К. Моисеева, М.В. Конышева. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 204 с.

ЛОГІСТИКА РОЗПОДІЛУ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системних знань і розуміння логістики розподілу як інструменту ринкової економіки, теорії і практики розвитку цього напряму та набуття вмінь і навичок ефективного управління в сучасних умовах.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:
економічного змісту, завдання, функції та принципів логістики розподілу;
основних методів логістики розподілу;
організації логістики розподілу;
управління потоковими процесами на основі системного підходу;

застосування знань і розумінь:
уміння ефективно планувати, організовувати та керувати матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками;
уміння визначати необхідні обсяги постачання, складування та транспортування матеріальних ресурсів;
уміння створювати і впроваджувати логістичні системи у підприємствах;
уміння користуватися сучасними інформаційними технологіями в логістиці;
уміння складати відповідні документи стосовно прийомки, зберігання та відпуску матеріальних ресурсів.

формування суджень:
здатність обґрунтовувати мету, завдання і зміст логістики розподілу конкретного підприємства;
здатність розуміти актуальність та економічний результат від впровадження логістики розподілу в діяльності підприємства;
здатність застосовувати сучасні інформаційні технології в логістиці розподілу;
здатність визначати функціональні обов’язки менеджера по логістиці на різноманітних рівнях її розвитку.

3. Дисципліна вільного вибору студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей.
підсумкове –ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська.

7.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	за вибором студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	4-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		7-й	8-й
		Лекції:	
		26год.	8-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		26 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	98 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7,5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Наторіна А.О., ст. викладач

9.Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи логістики розподілу.

Тема 1. Економічний зміст, завдання, функції та принципи логістики розподілу.
1.1. Логістика розподілу: сутність, предмет, мета, задачі і зміст дисципліни.
1.2. Принципи та основні функції логістики розподілу.
1.3 Завдання внутрішньої та зовнішньої розподільчої логістики.

Тема 2. Основні методи логістики розподілу.
2.1. Методи розподільчої логістики.
2.2.Логістичні моделі: фізична, аналогова, математична.
2.3. Способи мотивації в межах логістики розподілу.

Тема 3. Організація логістики розподілу

3.1 Цілі ,завдання і функції організації логістики розподілу.
3.2 Операційна система розподільчої логістики.

Змістовий модуль 2. Функціонально-базова основа логістики розподілу.

Тема 4. Концепція логістичного центру дистрибуції
4.1 Структура логістичного центру дистрибуції. Класифікація логістичних центрів.
4.2 Основні завдання логістичних центрів дистрибуції.

Тема 5. Логістичні системи логістики розподілу
5.1 Основні принципи логістичної системи розподільчої логістики.
5.2 Логістична система розподілу DRP.
5.3 Сутність інтеграції систем MRP та DRP.

Тема 6. Досвід закордонних країн у використанні логістики розподілу і перспективи розвитку логістики в Україні.
6.1. Еволюція логістики у промислово-розвинутих країнах.
6.2.Особливості розвитку логістики розподілу у вітчизняній економіці.

10. Рекомендована література

1. Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук ; Логістика [Текст] : підручник / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2011. – 424 с.
2. Афанасенко И.Д. Коммерческая логистика: учебник для вузов / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова; Стандарт третього поколения. – СПб.: Питер, 2012. – 352с.: ил.
3. Гаджинский А.М. Логистика: учебник [для высших и средних специальных учебных заведений]. – [18-е изд., перераб. и доп.]. / Гаджинский А.М. – М.: Издательско –торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 484 с.
7. Логістика: навч. посіб. / [О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко]. – К.: Знання, 2010. – 566 с.
10. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: учебник. / Моисеева Н.К. – М.: ИНФРА –М. 2011. – 528 с.

РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – освоєння положень зв'язаних з управлінням рекламною діяльністю підприємств усіх форм власності на основі маркетингу виходячи з об'єктивних закономірностей формування та розвитку системи управління рекламною діяльністю.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути магістр:

знання і розуміння:

сутності рекламної діяльності, понять та принципів управління рекламною діяльністю;

особливостей планування, організації та контролю рекламної діяльності;

способів розробки положень про рекламну службу підприємств, засобів планування рекламного бюджету, розрахунку коефіцієнтів “міллайн”.

застосування знань і розумінь:

уміння визначати економічну та комунікативну ефективність рекламних заходів;

уміння розробляти рекламні заходи з урахуванням взаємозв'язку між елементами комплексу маркетингу та бюджетом організації;

уміння проводити рекламні кампанії, презентації, включаючи роботу на спеціалізованих виставках;

уміння організовувати підготовку, презентації та спеціалізовану інформацію про продукцію.

формування суджень:

здатність використовувати інструментарій менеджменту для розробки бізнес-планів роботи з рекламними агенціями;

здатність розробляти стратегію та тактику рекламної діяльності підприємства;

здатність проводити аналіз ефективності витрат на рекламну кампанію;

здатність розробляти оригінал-макети рекламних звернень.

3. Дисципліна за вибором студента.

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):

перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:

поточне – опитування; тестування; розв’язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;

підсумкове – ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна самостійного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	5-й
Модулів - 1	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		8-й	9-й
		Лекції:	
		20 год.	8-год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -		**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	ступінь: бакалавр	100 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 7,5		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Дорофєєва Х.М., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність реклами, предмет і задачі

Тема 1. Рекламний менеджмент: суттєвість, функції та види
1.1. Історичні етапи розвитку реклами;
1.2. Класифікація реклами. Сутність і функції реклами в системі менеджменту;
1.3. Закони реклами. Міжнародний кодекс рекламної практики. Закон України “Про рекламу”.
Тема 2. Рекламні комунікації
2.1. Напрямки і цілі рекламної комунікації. Процес рекламної комунікації;

2.2. “Стратегія послання”, складові: цільовий об'єкт; обіцянка; довід;
2.3. Процес рекламної комунікації. Схема традиційної комунікації. Схема рекламної комунікації;
2.4.Специфічні риси рекламної комунікації.

Тема 3. Засоби реклами та їх специфіка
3.1. Канали розповсюдження рекламних повідомлень та їх вибір;
3.2. Основні засоби розповсюдження реклами;
3.3 Види рекламних матеріалів (заходів): виставки і ярмарки, рекламні сувеніри, пряма поштова реклама, зовнішня реклама, заходи “Паблік рілейшнз”, компьютерізована реклама;
3.4. Критерії аналізу і вибору оптимальних каналів поширення реклами.

Змістовий модуль 2. Системи менеджменту рекламних комунікацій

Тема 4. Інформаційне забезпечення рекламного менеджменту
4.1. Основні інформаційні підсистеми;
4.2. Рекламні дослідження;
4.3. Основні етапи рекламного дослідження: формулювання проблеми і визначення цілей дослідження, аналіз вторинної інформації, визначення методів збору первинної інформації, аналіз і надання результатів рекламного дослідження, посттестування.

Тема 5. Планування рекламної діяльності
5.1. План (програма) рекламної діяльності;
5.2. Етапи рекламного планування: аналіз маркетингової ситуації, визначення цілей реклами, складання кошторису витрат на рекламу і контроль за її виконанням;
5.3. Планування рекламної кампанії. Основні поняття та етапи медіа планування.
5.4. Розробка рекламного бюджету.

Тема 6. Організація рекламної діяльності
6.1. Система організації рекламної діяльності;
6.2. Рекламна служба в підприємстві, її функції і структура;
6.3. Спосіб організації рекламного відділу підприємства. Функції відділу реклами;
6.4. Схема організації рекламного процесу, з урахуванням упорядкування його елементів;
6.5. Система управління рекламною діяльністю на основі маркетингу (СУ РДМ) як одна зі складових комплексної системи управління маркетингом підприємства.

Тема 7. Контроль рекламної діяльності.
7.1. Контроль рекламної діяльності як складова маркетингового контролю;

7.2. Специфічні цілі контролю рекламної діяльності;
7.3. Оцінка ефективності рекламної діяльності.

10. Рекомендована література

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Под общ. Ред. Г.Л. Багиева. – Спб.: Питер, 2007. – 736 с..: ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
2. Балабанова Л.В. Зв'язки з громадськістю: Навч. посібник / Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. – 394 с.
3. Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження / С.М. Ілляшенко, М.Ю. Баскакова. – К.: ЦНЛ, 2006. – 192 с.
4. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження N 1-послуги (реклама), річна "Звіт про рекламну діяльність" № 382 від 17.06.2004. Державний комітет статистики України (Держкомстат)
5. Каніщенко О.Л. Міжнародний маркетинг: теорія і господарські ситуації: Навч. посібник.- 2-ге вид. перероб. – К.: Кондор, 2004. - 152 с.
6. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. посібник. – 3-тє вид. доп. та перероб. – К.: КНЕУ, 2006. – 248 с.
7. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. – 2-ге вид без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 152 с.
8. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок /Пер. с англ. под ред. В.Б.Колчанова. - СПб.: Питер, 2007.- 800 с. (Сер.: Классика МВА).
9. Марков А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность: Уч. пособие. – СПб., 2005. – 400 с.
10. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності. Навчальний посібник. - Дрогобич: Посвіт, 2007. – 108 с.

ТРАНСПОРТНА ЛОГІСТИКА
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

1. Мета викладання навчальної дисципліни – формування системних знань і розуміння концептуальних основ транспортної логістики, теорії та практики розвитку цього напряму і набуття навичок самостійної роботи при засвоєнні навчального матеріалу щодо специфіки транспортної логістичної діяльності.

2. Перелік професійних компетенцій, які повинен набути бакалавр:

знання і розуміння:

сутності транспортної логістики підприємства, її основних структурних компонент, особливостей організації і управління;

шляхів ефективного налагодження транспортних процесів у логістичному ланцюзі;

підходів до формування і функціонування окремих складових транспортної логістики на основі можливостей і потреб підприємства;

організаційно-економічного механізму управління транспортним забезпеченням підприємства на засадах логістики.

застосування знань і розумінь:

уміння ефективно планувати, організовувати та керувати матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками;

уміння користуватися сучасними інформаційними технологіями в логістиці;

уміння складати відповідні документи стосовно прийомки, зберігання та відпуску матеріальних ресурсів;

уміння розробляти управлінські рішення щодо організації основних процесів транспортного забезпечення на підприємстві.

формування суджень:

здатність визначати необхідні обсяги постачання, складування та транспортування матеріальних ресурсів;

здатність створювати і впроваджувати логістичні системи на підприємствах;

здатність аналізувати і управляти логістичними системами, розробляти і приймати управлінські рішення щодо оптимізації логістичних систем;

здатність розраховувати показники ефективності транспортної логістики в цілому і для її окремих складових за видами транспорту;

здатність володіти основними методами і інструментами, що застосовуються при вирішенні задач транспортування і розробляти шляхи підвищення їх віддачі.

3. Дисципліна вільного вибору студента .

4.Цикл (короткий/перший/другий/третій):
перший цикл вищої освіти.

5. Оцінювання:
поточне – опитування; тестування; розв'язання ситуаційних завдань, задач; публікація тез доповідей, статей; виконання індивідуального завдання;
підсумкове –ПМК.

6. Мова викладання:
українська, російська

7. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	**Галузь знань, спеціальність, ступінь**	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	**заочна форма навчання**
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузь знань : 07 «Управління та адміністрування »	Дисципліна вільного вибору студента	
		Рік підготовки:	
		4-й	5-й
Модулів - 2	Спеціальність: 075 «Маркетинг»	**Семестр:**	
Змістових модулів - 2		8-й	9-й
		Лекції:	
		20 год.	8- год.
Індивідуальне науково-дослідне завдання -	Спеціалізація «Логістика»	**Практичні, семінарські:**	
		30 год.	6 год.
		Лабораторні:	
Загальна кількість годин - 150		-	-
		Самостійна робота:	
Тижневих годин для денної форми навчання:	Ступінь: бакалавр	100 год.	136-год.
		Індивідуальні заняття:	
аудиторних – 4		-	-
самостійної роботи студента – 8		**Вид контролю:**	
		залік	

8. Викладач
Дорофєєва Х.М., ст. викладач

9. Програма навчальної дисципліни
Змістовий модуль 1. Концептуальні основи транспортної логістики

Тема 1. Логістичні аспекти функціонування транспорту

1.1. Значення транспортного забезпечення в системі логістичного управління.
1.2. Особливості транспортно-логістичних систем різних видів транспорту і їх взаємодія.
1.3. Основні логістичні процедури при організації процесу транспортування.

Тема 2. Організація перевезень автомобільним транспортом
2.1 Сутність та нормативно-правова база транспортно-експедиторської діяльності.
2.2 Основні переваги автомобільного транспортування вантажів.
2.3 Особливості умов праці водіїв.
2.4. Поняття небезпечних вантажів та їх характеристика.

Тема 3. Упакування, маркування і пломбування вантажів в транспортній логістиці
3.1. Вплив упаковки продукції на норму затрат і продуктивність логістичної системи.
3.2. Укрупнена вантажна одиниця.
3.3. Поняття маркування вантажів та дані, що зазначаються у маркуванні.
3.4. Сутність процесу пломбування при перевезеннях вантажів.

Тема 4. Вантажопереробка в транспортній логістиці.
4.1 Оцінка ефективності логістичного процесу на складі та його взаємозв'язок з транспортуванням.
4.2 Сутність та класифікація вантажів.
4.3. Підйомно-транспортне обладнання та його класифікація.
4.4. Основні підходи до раціональної організації транспортних процесів на складах.
4.5. Поняття крос-докінгу як складської логістичної технології організації роботи складу.

Змістовий модуль 2. Інформаційне, митне і страхове забезпечення транспортної логістики. Ефективність транспортних процесів і державного їх регулювання.

Тема 5. Інформаційне забезпечення транспортних процесів
5.1 Інформаційні потоки у логістиці.
5.2 Програмне забезпечення в транспортній логістиці.
5.3 Основні документи транспортного процесу.
5.4 Особисті документи, які повинен мати водій при виконанні міжнародних перевезень.

Тема 6. Митні і страхові аспекти логістики при транспортуванні
6.1. Основи логістичної функції митної діяльності.

6.2. Логістичні особливості здійснення митної діяльності під час зовнішньоекономічних перевезень.
6.3. Поняття та об'єкти транспортного страхування.

Тема 7. Ефективність транспортного забезпечення
7.1Поняття транспортного тарифу.
7.2Класифікація техніко-експлуатаційних показників автомобільного транспорту
7.3Сутність і взаємозв'язок категорій ефективності, якості і надійності доставки.

Тема 8. Державне регулювання і підтримка транспортних логістичних систем в Україні
8.1. Сфера прямої відповідальності держави щодо транспортного комплексу.
8.2. Об'єкти транспортної інфраструктури.
8.3. Транспортно-логістичний центр як складна система.

Тема 9. Міжнародні транспортно-логістичні системи
9.1. Поняття глобальної логістичної системи, її складові елементи.
9.2. Поняття та особливості міжнародних транспортних коридорів, їх значення у транспортній логістиці.
9.3. Українська частина залізничних та автодорожніх маршрутів Транс'європейської Центральної транспортної осі.

10. Рекомендована література

11. Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице [Текст] / под ред. С.Сысоевой. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
12. Дыбская В. В., Зайцев Е. И., Сергеев В. И., Стерлигова А. Н. Логистика: Учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова; под ед. В. И. Сергеева. - М. : Эксмо, 2008. – 944 с.
13. Дудар, Т. Г. Основи логістики : навч. посіб. : рекоменд. М-вом освіти і науки України для студ. вищ. навч. закл. / Т. Г. Дудар, Р. В. Волошин ; [М-во освіти і науки України] . ─ К. : Центр учбової літератури, 2012 . ─ 176 с.
14. Логістика : навч. посіб. / О. М. Тридід [та ін] ; М-во освіти і науки України .- К.: Знання , 2008. - 566 с.
15. Окландер, М. А. Логістика: підручник. - К.: Центр учбової літератури, 2008. - 346 с.
16. Сумец А. М. Логистика: Теория, ситуации, практические задания: учебное пособие. — К. : Хай-Тек Пресс, 2008. — 320 с.
17. Бевзенко В.Ф. Маркетинг и логистика в коммерческо-торговой сфере: Монография / Бевзенко В.Ф., Баширов И.Х., Лазебник Р.М. — Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2006. — 336 с
18. Бродецкий, Г. Л. Экономико-математические методы и модели в логистике. Потоки событий и системы обслуживания : учеб. пособие для студ. вузов по

спец. "Логистика и упр. цепями поставок" / Г. Л. Бродецкий . ─ М. : Академия, 2009 . ─ 272 с.
19. Ковалев К. Ю., Уваров С. А., Щеглов П.Е. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть. – СПб.: Питер, 2007. – 272 с.
20. Логистическое управление производственными системами : [монография] / К. Ф. Ковальчук [та ін.] ; Нац. металлург. акад. Украины . ─ Д. : Наука и образование, 2009 . ─ 219 с.