

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

**Ф-КАТАЛОГ**

**ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН**

**ЦИКЛУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ**

**для здобувачів ступеня бакалавра**

**за освітньою програмою «Промисловий маркетинг»**

**за спеціальністю 075 Маркетинг**

УХВАЛЕНО:

Методичною радою  
КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 5 від 23.02.2023 р.)

Вченою радою ФММ  
КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 7 від 02.02.2023 р.)

Київ – 2023

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та «Положення про організацію освітнього процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського», вибіркові дисципліни – дисципліни вільного вибору здобувачів для певного рівня вищої освіти, спрямовані на посилення спеціальних (фахових) та отримання додаткових компетенцій за освітньою програмою. Обсяг вибірових навчальних дисциплін становить не менше 25% від загального обсягу відповідної освітньої програми за якою навчається здобувач на відповідному рівні вищої освіти.

Каталог містить анотований перелік дисциплін які пропонуються для обрання здобувачами першого (бакалаврського), рівня ВО згідно навчального плану відповідного року вступу на наступний навчальний рік. Зміст конкретної вибіркової навчальної дисципліни визначає її силабус – робоча програма навчальної дисципліни.

- **студенти II курсу** – обирають дисципліни з циклу **професійної та практичної підготовки (за вибором студентів)** ( у обсязі 32 кредити ) з запропонованого Ф-Каталогу для **третього року** підготовки;

- **студенти III курсу** – обирають дисципліни з циклу **професійної та практичної підготовки (за вибором студентів)** ( у обсязі 24 кредитів ) запропонованого Ф-Каталогу для **четвертого року** підготовки.

Згідно Положенню про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського здобувачі здійснюють вибір за допомогою спеціалізованої інформаційної системи Університету (<https://my.kpi.ua/>)

Результати вибору здобувачем навчальних дисциплін зазначаються в його індивідуальному навчальному плані в розділі «Обрані дисципліни» відповідно до [Положення про індивідуальний навчальний план здобувача вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського](#).

Навчальні дисципліни, які внесені до індивідуального навчального плану здобувача, є обов'язковими для вивчення.

Зі всіма аспектами щодо реалізації права здобувачів на вибір дисциплін можна ознайомитися в Положенні про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/185>).

ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ВИБОРУ 2-КУРСНИКАМИ (НП 2021) НА 3 КУРС  
**Цикл професійної підготовки (Вибіркові освітні компоненти)**

**Скорочення: СП – сертифікатна програма**

5 семестр

- |  |         |
|--|---------|
| 1) Оптимізаційні методи та моделі в бізнесі (обов'язково для СП)         | ФМ-213  |
| 2) Математичне програмування   | ФМ-214  |
| 3) Дослідження операцій в маркетингу                                     | ФМ-215  |
| 4) Економіка підприємства  | ФМ-216  |
| 5) Економічний механізм діяльності підприємства                          | ФМ-217  |
| 6) Економіка і підприємництво  | ФМ-218  |
| 7) Фінанси   | ФМ-219  |
| 8) Фінансове забезпечення маркетингу                                     | ФМ-220  |
| 9) Фінансове планування і контроль маркетингової діяльності              | ФМ-221  |
| 10) Бухгалтерський облік та аудит на підприємстві                        | ФМ-1025 |
| 11) Фінансовий облік та аудит на підприємстві                            | ФМ-223  |
| 12) Управлінський облік в маркетинговій діяльності                       | ФМ-224  |
| 13) Теорія бізнес-аналітики (обов'язково для СП)                         | ФМ-1021 |
| 14) Аналіз структурованих та неструктурованих даних (обов'язково для СП) | ФМ-226  |

6 семестр

- |  |         |
|--|---------|
| 1) Економетрика  | ФМ-227  |
| 2) Економетричні методи та моделі в маркетингу         | ФМ-228  |
| 3) Економетричне прогнозування                         | ФМ-229  |
| 4) Міжнародна економіка                                | ФМ-230  |
| 5) Транснаціональні корпорації                         | ФМ-231  |
| 6) Інтеграційні процеси: європейська інтеграція        | ФМ-232  |
| 7) Конкурентоспроможність підприємства                 | ФМ-233  |
| 8) Стратегії конкуренції та конкурентний аналіз        | ФМ-234  |
| 9) Теорія конкуренції                                  | ФМ-235  |
| 10) Трейд маркетинг                                    | ФМ-1022 |
| 11) Категорійний менеджмент                            | ФМ-1023 |
| 12) Управління асортиментом торговельного підприємства | ФМ-1024 |
| 13) Аналіз і візуалізація даних (обов'язково для СП)   | ФМ-239  |

**ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ВИБОРУ 3-КУРСНИКАМИ (НП 2020) НА 4 КУРС**  
**Цикл професійної та практичної підготовки (за вибором студентів)**

7 семестр

- |  |         |
|--|---------|
| 1) Мови програмування при роботі з великими даними               | ФМ-170  |
| 2) Веб-дизайн в маркетингу                                       | ФМ-171  |
| 3) Теорія бізнес-аналітики (обов'язково для СП)                  | ФМ-173  |
| 4) Продаж та управління продажем                                 | ФМ-1015 |
| 5) Організація збуту в цифровому середовищі                      | ФМ-1016 |
| 6) Управління діяльністю відділу збуту                           | ФМ-1017 |
| 7) Логістика в системі маркетингу підприємства                   | ФМ-1018 |
| 8) Управління асортиментом торговельного підприємства            | ФМ-1019 |
| 9) Оптимізація товароруку та управління складським господарством | ФМ-1020 |

8 семестр

- |  |        |
|--|--------|
| 1) Бізнес-планування (обов'язково для СП)                  | ФМ-174 |
| 2) Планування та організація власного бізнесу              | ФМ-175 |
| 3) Розроблення бізнес-плану підприємства                   | ФМ-176 |
| 4) Електронна комерція                                     | ФМ-177 |
| 5) Електронний ринок на базі Інтернет                      | ФМ-178 |
| 6) Бізнес-моделі підприємства (обов'язково для СП)         | ФМ-179 |
| 7) Управління якістю в системі маркетингу підприємства     | ФМ-180 |
| 8) Стандартизація та сертифікація маркетингової діяльності | ФМ-181 |
| 9) Маркетингові метрики (обов'язково для СП)               | ФМ-182 |

## ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ВИБОРУ 2-КУРСНИКАМИ (НП 2021)

### НА 3 КУРС

Цикл професійної та практичної підготовки (за вибором студентів)

5 семестр

Дисципліна	Оптимізаційні методи та моделі в бізнесі (обов'язкова для СП)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом вищої математики для економістів
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"><li>- Загальна постановка задачі лінійного програмування;</li><li>- Теоретичні основи методів лінійного програмування;</li><li>- Геометричний метод розв'язування задач лінійного програмування;</li><li>- Симплексний метод;</li><li>- Двоїсті задачі;</li><li>- Транспортна задача;</li><li>- Моделі цілочислового програмування;</li><li>- Нелінійні оптимізаційні моделі економічних систем</li></ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення дисципліни дасть студенту змогу орієнтуватись у сучасних методах та підходах щодо використання математичного апарату для вибору оптимальних рішень в професійній маркетинговій діяльності: <ul style="list-style-type: none"><li>- Знання принципів та підходів до оптимізації, необхідних для прогнозування ринку;</li><li>- Знання принципів та підходів до аналізу ефективності провадження маркетингової діяльності;</li><li>- Знання принципів та підходів до формування маркетингової стратегії підприємства</li></ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати основні оптимізаційні методи та моделі для прийняття рішення щодо маркетингової стратегії. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних оптимізаційних методів
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"><li>- Збирати та аналізувати необхідну інформацію;</li><li>- Розраховувати економічні та маркетингові показники;</li><li>- Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</li></ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Математичне програмування
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом вищої математики для економістів
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Лінійне програмування;</li> <li>- Моделі цілочислового програмування;</li> <li>- Транспортна задача;</li> <li>- Нелінійні оптимізаційні моделі економічних систем;</li> <li>- Динамічне програмування;</li> <li>- Стохастичне моделювання;</li> <li>- Математична модель міжгалузевого балансу;</li> <li>- Елементи теорії ігор</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>Вивчення дисципліни дасть студенту можливість моделювати та будувати математичні сценарії бізнес-задач в маркетинговій діяльності задля оптимізації процесу розроблення маркетингової стратегії:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Знання принципів та підходів до оптимізації, необхідних для прогнозування ринку;</li> <li>- Знання принципів та підходів до аналізу ефективності провадження маркетингової діяльності в умовах ринкової нестабільності;</li> <li>- Знання принципів та підходів до формування маркетингової стратегії підприємства із використанням апарату математичного програмування</li> </ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати засади побудови алгоритмів та сценаріїв, в межах яких можна використати основні оптимізаційні методи та моделі для прийняття рішення щодо маркетингової стратегії. Відповідно, обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних оптимізаційних методів
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збирати та аналізувати необхідну інформацію;</li> <li>- Розраховувати економічні та маркетингові показники;</li> <li>- Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Дослідження операцій в маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом вищої математики для економістів
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Основні поняття, принципи та методика проведення дослідження операцій в економіці</li> <li>- Методи лінійного та нелінійного програмування</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>Вивчення дисципліни дасть студенту змогу планувати за допомогою математичного апарату результати використання окремих елементів маркетингових стратегій, використовуючи можливості прогнозування ринкових станів, що потребує знань щодо оцінювання та прогнозування ефективності провадження маркетингових стратегій, а також:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Знання принципів та підходів до оптимізації елементів ринкової діяльності, необхідних для планування маркетингу;</li> <li>- Знання принципів та підходів до формування маркетингової стратегії підприємства</li> </ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати основні способи дослідження операцій та математичний апарат, що забезпечує проведення такого дослідження для прийняття рішень щодо маркетингової стратегії. Також обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних оптимізаційних методів
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збирати та аналізувати необхідну інформацію;</li> <li>- Розраховувати економічні та маркетингові показники;</li> <li>- Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Економіка підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, мікроекономіки, макроекономіки; розуміння основних закономірностей розвитку соціально-економічних відносин між різними рівнями господарських систем та їх впливу на функціонування суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм та форм власності; розуміння теоретичних аспектів функціонування суб'єктів господарювання.
Що буде вивчатися	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Особливості створення та функціонування підприємств різних організаційно-правових форм.</li> <li>2) Ринкове середовище функціонування підприємств;</li> <li>3) Особливості різних форм управління підприємством.</li> <li>4) Основи обліку основних засобів.</li> <li>5) Основи обліку оборотних засобів.</li> <li>6) Персонал підприємства та оплата праці.</li> <li>7) Інвестування та показники оцінки інвестиційних проектів.</li> </ol>
Чому це цікаво/треба вивчати	Підприємство являється базовою складовою розвитку економіки як окремої країни, так і всього світу. Не можливо зрозуміти глобальні економічні процеси та закономірності розвитку соціально-економічних систем, не розуміючи основ організації діяльності підприємства, адже воно є первинною ланкою створення доданої вартості. Економіка України характеризується динамічними змінами макросередовища, що має суттєвий вплив на розвиток суб'єктів господарювання. Саме тому важливо володіти новітньою інформацією, що стосується особливостей заснування і функціонування різних видів підприємств, механізмів формування витрат та прибутків, взаємодії з контрагентами тощо.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) як заснувати підприємство і що для цього потрібно;</li> <li>2) аналізувати ринкове середовище;</li> <li>3) здійснювати пошук та аналіз необхідної інформації з різних джерел;</li> <li>4) розуміти закономірності розвитку та функціонування підприємств;</li> <li>5) вести облік основних і оборотних засобів;</li> <li>6) комплексному розумінню сутності оплати праці.</li> </ol>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводити базові економічні розрахунки, що дозволять частково проаналізувати господарську діяльність підприємства;</li> <li>- об'єктивно аналізувати і оцінювати вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємств;</li> <li>- розраховувати зарплату, лікарняні та відпускні;</li> <li>- вести облік основних і оборотних засобів;</li> <li>- проводити оцінку ефективності інвестиційних проектів;</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), лекції, методичні рекомендації
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Економічний механізм діяльності підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, мікроекономіки, макроекономіки; розуміння основних закономірностей розвитку суб'єктів господарювання, основ побудови відносин між різними рівнями економічних систем; розуміння теоретичних аспектів функціонування суб'єктів господарювання.
Що буде вивчатися	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Особливості здійснення різних напрямків діяльності підприємств.</li> <li>2) Основи виробничої та збутової діяльності підприємств;</li> <li>3) Механізм формування витрат та фінансово-економічних результатів діяльності підприємств.</li> <li>4) Особливості реалізації процедури банкрутства та санації, а також процедури ліквідації підприємств в Україні.</li> </ol>
Чому це цікаво/треба вивчати	Підприємство є базовою ланкою економічної системи країни. Не можливо зрозуміти глобальні економічні процеси та закономірності розвитку соціально-економічних систем, не розуміючи базових механізмів діяльності підприємств, оскільки від їх ефективності залежить розвиток економіки. Постійні зміни законодавчої та нормативної бази, а також нестабільність зовнішнього середовища зумовлюють важливість володіння новітньою інформацією щодо особливостей ведення господарської діяльності, формування витрат та фінансово-економічних результатів, процедур банкрутства та санації.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) організувати операційну, фінансову, інвестиційну діяльність та аналізувати їх ефективність, розуміти закономірності розвитку та функціонування підприємств;</li> <li>2) розраховувати витрати та фінансово-економічні результати діяльності підприємств та аналізувати ефективність формування витрат та фінансово-економічних результатів;</li> <li>3) здійснювати пошук та аналіз необхідної інформації з різних джерел;</li> <li>4) комплексно розуміти сутність процедур банкрутства, санації та ліквідації підприємств.</li> </ol>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводити базові економічні розрахунки, що дозволять частково проаналізувати операційну, фінансову, інвестиційну та інноваційну діяльність;</li> <li>- об'єктивно аналізувати і оцінювати витрати та фінансово-економічні результати діяльності підприємств, аналізувати необхідність реалізації процедур банкрутства, санації чи ліквідації підприємств;</li> <li>- проводити розрахунок економічних показників, що дозволяють оцінити ефективність процесу санації підприємств.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), лекції, методичні рекомендації
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Економіка і підприємництво
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання основ економічної теорії, розуміння основних закономірностей розвитку суб'єктів господарювання, основ побудови відносин між різними рівнями економічних систем; розуміння теоретичних аспектів функціонування суб'єктів господарювання.
Що буде вивчатися	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) процес започаткування, ведення і припинення господарської діяльності, мета підприємницької діяльності,</li> <li>2) особливості управління об'єктами підприємницької діяльності,</li> <li>3) напрями ефективної роботи суб'єктів господарювання,</li> <li>4) основні аспекти державного регулювання підприємницької діяльності, особливості соціального підприємництва,</li> <li>5) ресурсне забезпечення підприємницької діяльності,</li> <li>6) оцінка ефективності підприємницької діяльності та інвестиційних проектів.</li> </ol>
Чому це цікаво/треба вивчати	Україна є країною, що знаходить в процесі реалізації ряду фундаментальних реформ, зокрема в сфері формування, розподілу та перерозподілу доходів між бюджетами загальнодержавного та місцевих рівнів. В свою чергу, ефективна реалізація підприємницької діяльності є одним з основних джерел наповнення бюджетів різних рівнів, а реалізація виваженої, економічно обґрунтованої політики в сфері державного регулювання підприємницької діяльності має суттєвий вплив на розвиток соціально-економічних процесів в Україні.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розв'язувати практичні проблеми, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов;</li> <li>- правильно трактувати законодавчу і нормативну документацію;</li> <li>- діяти соціально-відповідально та свідомо, виявляти ініціативу та підприємливість, реалізовувати творчий та інноваційний потенціал, планувати та розробляти проекти, складати бізнес-план;</li> <li>- втілювати інженерні розробки з урахуванням організаційних, правових, економічних аспектів;</li> <li>- оцінювати фінансово-економічний стан та ефективність використання ресурсів підприємства, знаходити шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- об'єктивно аналізувати і оцінювати ефективність діяльності суб'єктів господарювання, розуміти закономірності розвитку економічної системи в цілому та окремих суб'єктів господарювання; критично оцінювати ситуацію на ринку,</li> <li>- правильно трактувати суть норм законодавчих та нормативних документів, а також коректно оцінювати їх вплив на розвиток економічних процесів та ефективність діяльності підприємств.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), лекції, методичні рекомендації
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Фінанси
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з макроекономіки та мікроекономіки.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Предмет науки про фінанси. Специфічні ознаки фінансів, їх суспільне призначення. Фінансові ресурси як матеріальні носії фінансових відносин.</li> <li>- Поняття фінансової системи. Її внутрішня та організаційна структури. Управління фінансовою системою держави, фінансова політика держави. Складові, завдання і принципи. Економічна сутність місцевих та державних фінансів, їх склад, організація.</li> <li>- Сутність і функції податків, їх класифікація. Види податків. Елементи системи оподаткування. Податкова система країни.</li> <li>- Бюджет. Бюджетна система: поняття і принципи побудови. Поняття бюджетного процесу і його складові етапи.</li> <li>- Державний кредит як економічна та правова категорії, як складова державних фінансів. <u>Сутність державного боргу та його класифікація.</u></li> <li>- Роль страхування в забезпеченні безперервності суспільного виробництва. Формування і розвиток страхового ринку в Україні.</li> <li>- Сутність фінансового ринку, роль у мобілізації і розподілі фінансових ресурсів. Суб'єкти фінансового ринку. Структура фінансового ринку.</li> <li>- Сутність, призначення і роль міжнародних фінансів. Фінансова діяльність міжнародних організацій. Міжнародні фінансові інституції.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення дисципліни дозволить студенту: мати загальне уявлення про систему фінансових відносин, що склалися в даний час в Україні; усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки; визначати основні проблеми, що виникають у процесі фінансової діяльності та вміти їх вирішувати.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати економічну сутність фінансів та їх функції, структуру фінансової системи держави. Прогнозувати та розробляти сценарії розвитку національної економіки. Здійснювати моніторинг в змінах бюджетної, податкової, грошово - кредитної, антимонопольної, регіональної, зовнішньо-економічної, соціальної, політики.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам: приймати обґрунтовані рішення; об'єктивно оцінювати економічні процеси, які відбуваються в суспільстві; розробляти й вирішувати актуальні питання теорії і практики розбудови фінансової політики держави; застосовувати знання у практичних ситуаціях; аналізувати структуру статей доходів та витрат державного бюджету.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Фінансове забезпечення маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з макроекономіки та мікроекономіки, теоретичних основ маркетингу.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Система та джерела фінансування маркетингової діяльності. Сутність фінансів підприємств, їх склад і характеристика.</li> <li>- Характеристика грошових надходжень підприємств. Виручка від реалізації продукції, її методи планування. Ціноутворення.</li> <li>- Сутність і значення грошових розрахунків в діяльності підприємства. Готівкові та безготівкові розрахунки.</li> <li>- Економічна сутність прибутку та його формування. Види прибутку.</li> <li>- Фінансовий аналіз, його види, фінансова звітність. Показники платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності.</li> <li>- Зміст і завдання фінансового планування, методи. Види фін. планів.</li> <li>- Сутність бюджету маркетингу. Планування, методи визначення.</li> <li>- Загальне уявлення про планування маркетингу при його фінансовому забезпеченні. Структура та зміст плану маркетингу.</li> <li>- Зміст контролю маркетингу. Поняття ревізії маркетингу. Ситуаційний аналіз маркетингу та маркетинговий аудит.</li> <li>- Сутність та функції кредиту. Принципи кредитування. Форми та види кредитів, які використовуються у господарській діяльності підприємств.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Після вивчення дисципліни студенти зможуть: мати загальне уявлення про фінансування маркетингової діяльності на підприємстві та визначати джерела фінансування маркетингу; проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання; визначати величину бюджету маркетингу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Засвоєння кредитного модуля студентами дозволить продемонструвати такі результати навчання: знати систему фінансування маркетингової діяльності, склад та структуру фінансових ресурсів підприємства; здійснювати контроль маркетингової діяльності, ситуаційний аналіз маркетингу та маркетинговий аудит; обґрунтувати маркетингові рішення з врахуванням фінансового забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві; володіти сучасними методами планування маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам: приймати обґрунтовані рішення; застосовувати знання у практичних ситуаціях; визначати оптимальний розмір джерел фінансування маркетингу; планувати маркетинговий бюджет; здійснювати планування маркетингу виходячи із джерел його фінансування.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Фінансове планування і контроль маркетингової діяльності
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з макроекономіки та мікроекономіки, теоретичних основ маркетингу.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Загальне уявлення про планування маркетингу при його фінансовому забезпеченні. Структура та зміст плану маркетингу.</li> <li>- Зміст і завдання фінансового планування, методи. Види фін. планів.</li> <li>- Сутність бюджету маркетингу. Планування, методи визначення.</li> <li>- Система фінансування маркетингової діяльності. Сутність фінансів підприємств. Фінансові ресурси, їх склад і характеристика.</li> <li>- Характеристика грошових надходжень підприємств. Виручка від реалізації продукції та її методи планування. Ціноутворення.</li> <li>- Сутність і значення грошових розрахунків в діяльності підприємства. Готівкові та безготівкові розрахунки.</li> <li>- Джерела фінансування маркетингової діяльності. Економічна сутність прибутку. Види прибутку. Формування чистого прибутку підприємства.</li> <li>- Сутність, види фін. аналізу, види. Форми фін. звітності. Показники платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності.</li> <li>- Зміст контролю маркетингу. Поняття ревізії маркетингу. Ситуаційний аналіз маркетингу та маркетинговий аудит.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Після вивчення дисципліни студенти зможуть: визначати величину бюджету маркетингу; мати загальне уявлення про фінансування маркетингової діяльності на підприємстві та визначати джерела фінансування маркетингу; проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Засвоєння кредитного модуля студентами дозволить продемонструвати такі результати навчання: володіти сучасними методами планування маркетингу; здійснювати контроль маркетингової діяльності, ситуаційний аналіз маркетингу та маркетинговий аудит; знати систему фінансування маркетингової діяльності, склад та структуру фінансових ресурсів підприємства; обґрунтувати маркетингові рішення з врахуванням фінансового забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам: приймати обґрунтовані рішення; здійснювати планування маркетингу виходячи із джерел його фінансування; планувати маркетинговий бюджет; визначати оптимальний розмір джерел фінансування маркетингу; застосовувати знання у практичних ситуаціях.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Бухгалтерський облік та аудит на підприємстві
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на знаннях, набутих під час вивчення дисциплін: «Математика для економістів», «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Статистика»
Що буде вивчатися	<p>– основні економічні категорії, поняття, принципи, методи бухгалтерського обліку; методи раціональної організації та ведення бухгалтерського обліку на підприємстві на підставі використання прогресивних форм національних стандартів;</p> <p>– нормативно-правове забезпечення діяльності підприємств; економічну суть господарських операцій і процесів, склад та структуру облікової інформації;</p> <p>– методи аналізу впливу кожної господарської операції на фінансовий стан та результати діяльності підприємства;</p> <p>– методичний інструментарій для проведення аналізу ефективності господарської діяльності ринкового суб'єкту на основі бухгалтерської та іншої звітної документації для прийняття управлінських рішень</p>
Чому це цікаво/треба вивчати	Бухгалтерський облік - важлива сторона функціонування підприємства, формує, вимірює, реєструє, накопичує, обробляє, узагальнює та зберігає інформацію, щоб слідкувати та відображати поточний стан справ, контролювати діяльність та коригувати її.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здійснювати раціональну організацію та ведення бухгалтерського обліку і аудиту на підприємстві згідно прогресивних форм національних стандартів, нормативно-правового забезпечення діяльності; застосовувати знання у практичних ситуаціях; використовувати інформаційні та комунікаційні технології; складати фінансову звітність, визначати та аналізувати фінансові результати діяльності й перспективи розвитку організації; здійснювати пошук, збирання та аналіз інформації, розрахунок показників для обґрунтування управлінських рішень; виявляти навички організаційного проектування; аналізувати вплив кожної господарської операції на фінансовий стан та результати діяльності підприємства; формувати облікову політику підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- здійснювати облік руху та аудит господарських засобів підприємства та джерел їх формування;</li> <li>- визначати та аналізувати фінансові результати діяльності;</li> <li>- складати фінансову звітність підприємства та аналізувати фінансові звіти для прийняття економічних управлінських рішень;</li> <li>- виконувати аудиторську перевірку фінансової звітності організацій та приймати обґрунтовані управлінські рішення</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Фінансовий облік та аудит на підприємстві
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на знаннях, набутих під час вивчення дисциплін: «Математика для економістів», «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Статистика»
Що буде вивчатися	<p>– основні економічні категорії, поняття, принципи, методи фінансового обліку; методи раціональної організації та ведення фінансового обліку на підприємстві на підставі використання прогресивних форм національних стандартів;</p> <p>– нормативно-правове забезпечення фінансової діяльності підприємств; економічну суть господарських операцій і процесів;</p> <p>– методи аналізу впливу кожної господарської операції на фінансовий стан та результати діяльності підприємства; склад та структуру облікової інформації;</p> <p>– методичний інструментарій для проведення аналізу ефективності господарської діяльності ринкового суб'єкту на основі фінансової та іншої звітної документації з метою прийняття управлінських рішень</p>
Чому це цікаво/треба вивчати	Фінансовий облік - важлива сторона функціонування підприємства, формує, вимірює, реєструє, накопичує, обробляє, узагальнює та зберігає інформацію, яка дозволяє слідкувати та відображати поточний стан справ, контролювати фінансову діяльність та коригувати її.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здійснювати раціональну організацію та ведення фінансового обліку і аудиту на підприємстві згідно прогресивних форм національних стандартів, нормативно-правового забезпечення діяльності; застосовувати знання у практичних ситуаціях; використовувати інформаційні та комунікаційні технології; складати фінансову звітність, визначати та аналізувати фінансові результати діяльності й перспективи розвитку організації; здійснювати пошук, збирання та аналіз інформації, розрахунок показників для обґрунтування управлінських рішень; виявляти навички організаційного проектування; аналізувати вплив кожної господарської операції на фінансовий стан та результати діяльності підприємства; формувати облікову політику підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- здійснювати облік руху та аудит господарських засобів підприємства та джерел їх формування;</li> <li>- визначати та аналізувати фінансові результати діяльності;</li> <li>- складати фінансову звітність підприємства та аналізувати фінансові звіти для прийняття економічних управлінських рішень;</li> <li>- виконувати аудиторську перевірку фінансової звітності організацій та приймати обґрунтовані управлінські рішення</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Управлінський облік в маркетинговій діяльності
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на знаннях, набутих під час вивчення дисциплін: «Математика для економістів», «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Статистика»
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основні економічні категорії, поняття, принципи, методи бухгалтерського управлінського обліку;</li> <li>– методи раціональної організації та ведення бухгалтерського управлінського обліку на підприємстві на підставі використання прогресивних форм національних стандартів;</li> <li>– нормативно-правове забезпечення діяльності підприємств;</li> <li>– методи аналізу впливу кожної господарської операції на фінансовий стан та результати діяльності підприємства;</li> <li>– склад та структуру облікової інформації;</li> <li>– методичний інструментарій для проведення аналізу ефективності господарської діяльності ринкового суб'єкту на основі бухгалтерської та іншої звітної документації з метою прийняття управлінських рішень</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Управлінський облік забезпечує керівний склад підприємства основними даними для планування та контролю господарської діяльності, націлений на майбутнє, формує, коригує та узагальнює інформацію для прийняття управлінських рішень.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здійснювати раціональну організацію управлінського обліку на підприємстві згідно прогресивних форм національних стандартів, нормативно-правового забезпечення діяльності; застосовувати знання у практичних ситуаціях; використовувати інформаційні та комунікаційні технології; визначати та аналізувати фінансові результати діяльності й перспективи розвитку організації; здійснювати пошук, збирання та аналіз інформації, розрахунок показників для обґрунтування управлінських рішень; виявляти навички організаційного проектування; аналізувати вплив кожної господарської операції на фінансовий стан та результати діяльності підприємства; формувати облікову політику підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- визначати та аналізувати фінансові звіти і результати діяльності підприємства для прийняття економічних управлінських рішень;</li> <li>- визначати доход від реалізації та валовий прибуток;</li> <li>- обчислювати амортизацію необоротних активів;</li> <li>- вести облік основних податків підприємств;</li> <li>- аналізувати структуру капіталу і джерела його формування, витрати, доходи та фінансові результати підприємства</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Теорія бізнес-аналітики (обов'язкова для СП)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (Бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на знаннях, отриманих студентами під час вивчення дисциплін «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Основи програмування», «Вища математика для економістів», «Економічна теорія», «Макр- та мікроекономіка».
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Аналітика в системі управління бізнесом;</li> <li>- Стратегічний та тактичний фокуси бізнес-аналітики;</li> <li>- Системний підхід в бізнес-аналітиці, базові методи та принципи.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Бізнес-аналітика є основою прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективних управлінських дій. Знання теорії бізнес-аналітики стане в нагоді тим, хто хоче розуміти як забезпечити системність та обґрунтованість управлінських рішень, системність, керованість та сталий розвиток бізнесу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати найновіші теорії, методи і практичні прийоми бізнес-аналітики; Відрізнати стратегічний та тактичний підходи в бізнес-аналітиці і відповідно потребам і спрямованості управління бізнесом обирати методи бізнес-аналізу; Застосовувати принципи системного підходу в бізнес-аналітиці підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання забезпечують студентам розуміння місця аналітики в системі управління бізнесом, структури та базових методів бізнес-аналітики, можливість системно підходити до бізнес-аналізу та прийняття управлінських рішень, формувати надійне підґрунтя управлінських рішень та дій.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, лекційний матеріал
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Аналіз структурованих та неструктурованих даних (обов'язкова для СП)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (5 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Володіння комп'ютерною технікою; знання основ MS Excel; статистика, програмне забезпечення маркетингової діяльності, основи програмування
Що буде вивчатися	Підходи до структуризації даних. Структуровані, неструктуровані та напівструктуровані дані. Формати даних. Моделі даних. Сховища даних. Структура бази даних. Реляційні та нереляційні бази даних. СУБД MySQL. Мова SQL. Створення бази даних і таблиць. Типи даних. Вибірка даних. Оператор SELECT. Редагування, оновлення, видалення даних. Групування даних. Робота з функціями. Процедури: створення, використання, редагування, видалення. Оператор розгалуження IF. Цикли. Неструктуровані дані. Особливості роботи. Методи збору, фільтрації, аналізу. Програмне забезпечення для роботи з неструктурованими даними. Сучасні тенденції та напрямки розвитку менеджменту даних та роботи зі структурованими та неструктурованими даними
Чому це цікаво/треба вивчати	Робота з різними видами даних є невід'ємною частиною діяльності в аналітиці бізнесу, основою для вирішення задач, особливо в рамках задач штучного інтелекту та машинного навчання (AI та ML). Складовою курсу є вивчення мови запитів до баз даних SQL.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення дисципліни дасть студенту: знання ключових видів даних, що використовуються в процесі прийняття управлінських рішень в бізнесі, зокрема, в маркетинговій діяльності підприємства; розуміння основ управління даними (Data management); знання джерел створення даних, ключових алгоритмів роботи з різними типами даних; знання ключових принципів функціонування мови SQL; навички використання мови SQL для отримання потрібних для аналізу даних з бази даних; методи збирання, фільтрації, аналізу та зберігання даних; знання ключових видів програмного забезпечення для роботи як зі структурованими так і неструктурованими даними; розуміння застосування інструментів та алгоритмів роботи з даними для вирішення управлінських задач в бізнесі, в тому числі в рамках маркетингової активності.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Будувати запити до бази даних мовою SQL. Збирати, фільтрувати та аналізувати необхідні дані, розраховувати економічні та маркетингові показники, аналітично обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма навчальної дисципліни (силабус), лекційні матеріали, навчально-методичне забезпечення, MySQL-сервер
Вид семестрового контролю	Залік

## 6 семестр

Дисципліна	Економетрика
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	
Що буде вивчатися	Знання за курсом вищої математики для економістів
Чому це цікаво/треба вивчати	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Основні аспекти економетричного моделювання;</li> <li>- Парний регресійний аналіз;</li> <li>- Множинний регресійний аналіз;</li> <li>- Регресійний аналіз часових рядів;</li> <li>- Системи одночасних рівнянь.</li> </ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вивчення дисципліни дасть студенту:</li> <li>- Знання основних економетричних моделей та методів;</li> <li>- Знання принципів та підходів до аналізу ефективності провадження маркетингової діяльності;</li> <li>- Знання принципів та підходів до формування маркетингової стратегії підприємства</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Знати підходи та методи для оптимізації прийняття рішення щодо маркетингової стратегії із застосуванням математичного апарату. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних економетричних методів
Інформаційне забезпечення дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збирати та аналізувати необхідну інформацію;</li> <li>- Розраховувати економічні та маркетингові показники;</li> <li>- Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</li> </ul>
Вид семестрового контролю	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, підручник, лекції
Кафедра, яка забезпечує викладання	Залік

Дисципліна	Економетричні методи та моделі в маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	
Що буде вивчатися	Знання за курсом вищої математики для економістів
Чому це цікаво/треба вивчати	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Основні аспекти економетричного моделювання;</li> <li>- Регресійний аналіз;</li> <li>- Аналіз часових рядів;</li> <li>- Панельний аналіз.</li> </ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вивчення дисципліни дасть студенту:</li> <li>- Знання основного математичного апарату , що дозволить приймати обґрунтовані рішення щодо оптимізації маркетингової діяльності;</li> <li>- Знання щодо оптимізації алгоритмів провадження окремих елементів маркетингової діяльності на основі розрахунку потенційно можливих сценаріїв розвитку подій</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Знати економетричні методи та моделі для прийняття рішення щодо маркетингової стратегії. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта, обираючи оптимальні моделі розвитку, побудовані на основі економетричних розрахунків
Інформаційне забезпечення дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збирати та аналізувати необхідну інформацію;</li> <li>- Розраховувати економічні та маркетингові показники;</li> <li>- Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</li> </ul>
Вид семестрового контролю	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, підручник, лекції
Кафедра, яка забезпечує викладання	Залік

Дисципліна	Економетричне прогнозування
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом вищої математики для економістів
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Введення в теорію прогнозування;</li> <li>- Дослідження наборів даних та вибір методу прогнозування;</li> <li>- Регресійний аналіз;</li> <li>- Аналіз часових рядів;</li> <li>- Елементи суб'єктивної оцінки в прогнозуванні.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вивчення дисципліни дасть студенту:</li> <li>- Знання основних моделей та методів економетричного прогнозування;</li> <li>- Знання принципів та підходів до прогнозування та оцінювання ефективності провадження маркетингової діяльності;</li> <li>- Знання принципів та підходів до розрахунку потенційної доцільності розроблення окремих складових маркетингової стратегії підприємства</li> </ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Знати економетричні методи та моделі для прийняття рішення щодо маркетингової стратегії.</p> <p>Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних економетричних методів</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Збирати та аналізувати необхідну інформацію;</li> <li>- Розраховувати економічні та маркетингові показники;</li> <li>- Обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Міжнародна економіка
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародної економіки
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Базові знання із дисциплін, «Вища математика для економістів», «Основи економічної теорії», «Макроекономіка»
Що буде вивчатися	На заняттях будуть вивчатися детально наступні питання: призначення та основні характеристики елементів міжнародної економіки; теоретичні аспекти та закономірності здійснення міжнародної торгівлі, руху факторів виробництва, міжнародного науково-технічного співробітництва, валютно- фінансового механізму, міжнародної економічної інтеграції; основні положення економічного механізму діяльності підприємств різної державної приналежності в сфері міжнародного обміну товарами; методів аналізу міжнародної економічної діяльності підприємства та країни в цілому.
Чому це цікаво/треба вивчати	Курс стане в нагоді усім хто хоче розуміти механізми організації міжнародного бізнесу, володіти навичками економічного аналізу бізнес процесів міжнародних компаній та їх діяльності на міжнародних ринках.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– застосовувати знання на практиці для успішного управління підрозділом, підприємством, об'єднанням підприємств;</li> <li>– володіти методами розрахунку основних показників міжнародної економічної діяльності підприємства та національної економіки;</li> <li>– обґрунтовувати доцільність та економічну ефективність міжнародної торгівлі, методів її регулювання;</li> <li>– здійснювати економічну оцінку та прогнозування руху факторів виробництва;</li> <li>– розраховувати ціну ліцензії при трансфері технологій;</li> <li>– оцінювати вплив коливань валютних курсів на показники міжнародної торгівлі.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводити аналіз економічної ефективності бізнес-процесів міжнародних компаній;</li> <li>- підвищувати власну ефективність як фахівця міжнародної компанії за рахунок системного мислення, розуміючи її процеси та вектор розвитку.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), презентації лекцій, навчальні посібники, наукові статті, інформаційні ресурси з базами даних.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Транснаціональні корпорації
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародної економіки
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Базові знання із дисциплін «Вища математика для економістів», «Основи економічної теорії», «Макроекономіка»
Що буде вивчатися	На заняттях будуть вивчатися детально наступні питання: виникнення транснаціональних структур та етапи їх розвитку; характеристика масштабів діяльності ТНК; взаємодія ТНК і національних економік; система управління діяльністю транснаціональних корпорацій; характеристика ТНК, як роботодавця; основні задачі фінансової діяльності ТНК; інноваційна діяльність ТНК; взаємодія ТНК з іншими бізнес одиницями; маркетингова діяльність корпорацій
Чому це цікаво/треба вивчати	Курс стане в нагоді усім хто хоче розуміти механізми організації бізнесу крупних міжнародних корпорацій, специфіку його побудови та функціонування, усвідомлювати наслідки діяльності ТНК.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здобувачі опанують: методику аналізу міжнародного корпоративного бізнес середовища; підходи до визначення структури та руху капіталу корпорацій; принципи організації комерційно-господарської та виробничої діяльності ТНК; оцінювання масштабів діяльності ТНК на основі переліку індексів; основні положення нормативно-правового регулювання діяльності міжнародного корпоративного бізнесу; особливостям управління персоналом ТНК; основи побудови систем управління ТНК; прогнозування тенденцій розвитку міжнародного корпоративного бізнесу в умовах глобалізації; принципи розробки стратегій успішного функціонування корпорацій за напрямками діяльності.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отримати роботу в ТНК, проводити аналіз економічної ефективності бізнес-процесів міжнародних корпорацій; підвищувати власну ефективність, як фахівця міжнародної компанії за рахунок системного мислення, розуміючи її процеси та вектор розвитку;</li> <li>- використовувати досвід корпорації для побудови власного бізнесу, обирати стратегії для виходу на міжнародний ринок;</li> <li>- досліджувати тренди, що базуються на досвіді ТНК;</li> <li>- володіти інформацією щодо шляхів комунікації з корпораціями з питань фінансування бізнесу;</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, навчальні посібники, підручник (англомовний), наукові статті, інформ. ресурси з базами даних.
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Інтеграційні процеси: європейська інтеграція
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародної економіки
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Базові знання із дисциплін «Вища математика для економістів», «Основи економічної теорії», «Макроекономіка»
Що буде вивчатися	На заняттях будуть вивчатися: теоретичні засади інтеграційних процесів у Європі; процес європейської економічної інтеграції; інституційна структура управління в Європейському Союзі; внутрішня економічна політика ЄС; європейська монетарна інтеграція; фінансово-кредитна політика ЄС; зовнішньоекономічна політика ЄС; європейська інтеграція в науково-технічній сфері; механізм інтеграції України до ЄС
Чому це цікаво/треба вивчати	Курс стане в нагоді усім хто хоче розуміти механізми та особливості функціонування європейського союзу в контексті сталого розвитку інтеграційних процесів у світі, та тенденцій економічного співробітництва України з країнами ЄС, а також організації міжнародного бізнесу та його діяльності на міжнародних ринках.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здобувачі: отримають навички з розуміння інтеграційних процесів, принципів та закономірностей розвитку форм та практики створення та функціонування Європейського Союзу; зможуть агрегувати знання про особливості еволюції розвитку інтеграційних процесів; критично оцінювати й переосмислювати накопичений досвід (власний і чужий); зможуть розв'язувати завдання стосовно європейської інтеграції країни та вирішення практичних проблем під час інтеграційних процесів у сфері регіонального та місцевого управління, що передбачає застосування теорій та наукових методів регіонального управління. Здобувачі вищої освіти ознайомляться з кращими зарубіжними практиками діяльності регіональних органів влади, та положеннями законодавства, що регулюють інтеграційні процеси в Європі; здобудуть навички з дослідницької та пошукової діяльності, оброблення та аналізу інформації регіонального значення їх систематизація за нормативно-правовими актами ЄС.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Використовувати отримання знання в професійній діяльності, планувати діяльність на міжнародному ринку із урахуванням специфіки євроінтеграційних процесів
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, презентації лекцій, навчальні посібники, наукові статті, інформ. ресурси з базами даних.
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Конкурентоспроможність підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на таких кредитних модулях, як «Маркетинг в інформаційному суспільстві», «Маркетингові дослідження», «Промисловий маркетинг» та потребує базових знань з маркетингу.
Що буде вивчатися	Дисципліна орієнтується на глибоке вивчення можливостей, а також різного роду ресурсів підприємства з метою побудови багатопланової перспективної конкурентоспроможності підприємства. Дослідження орієнтується спочатку всередину підприємства. Надалі дисципліна вивчає динаміку зовнішнього конкурентного середовища, що дає змогу узгодити між собою ці два аспекти та адаптувати існуючі можливості та ресурси підприємства до вимог ринків, трансформуючи їх у конкурентні переваги.
Чому це цікаво/треба вивчати	Дисципліна дає змогу побудувати програмні цілі підприємства на основі результатів досліджень з виявлення усіх конкурентних переваг, у тому числі латентних.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студент після вивчення дисципліни отримує наступні знання: <ul style="list-style-type: none"> <li>- методів діагностики конкурентоспроможності підприємств;</li> <li>- латеральних методик діагностики латентних переваг підприємства;</li> <li>- інструментів управління конкурентоспроможністю підприємства.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Розуміння сутності конкурентоспроможності підприємств дає змогу студентам бути універсальними спеціалістами, адаптованими до будь-якого типу ринку та будь-якого суб'єкта економічних відносин. Можливість застосування аналізу конкурентоспроможності по відношенню до нематеріальних, зокрема інтелектуальних ресурсів підприємств, є особливо важливим в умовах інформаційного суспільства.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), презентації лекцій, допоміжні матеріали.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Стратегії конкуренції та конкурентний аналіз
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на таких кредитних модулях, як «Маркетинг в інформаційному суспільстві», «Маркетингові дослідження», «Промисловий маркетинг» та потребує базових знань з маркетингу.
Що буде вивчатися	Дисципліна забезпечує поглиблене та комплексне вивчення сутності конкурентного аналізу та наукового обґрунтування стратегій конкуренції. Дисципліна поєднує думки, підходи, практичний досвід та досягнення різних учасників економічних відносин. теоретичні та прикладні аспекти, дослідження форм й методів вітчизняного та світового досвіду.
Чому це цікаво/треба вивчати	Зони прибутку підприємств постійно змінюються і рухаються. Важливим фактором таких змін є дії конкурентного середовища та конкурентів. Тому розуміння цих процесів відкриває можливість студентам навчитися не тільки знаходити такі зони прибутку, але й на основі проведення конкурентного аналізу та подальшій розробці відповідної стратегії конкуренції управляти існуючими, а також створювати нові перспективні зони прибутку.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студент після вивчення дисципліни отримує наступні знання: <ul style="list-style-type: none"> <li>- сутності проведення глибокого конкурентного аналізу, у тому числі нетрадиційні методики досліджень конкурентів та їх конкурентних стратегій;</li> <li>- видів стратегій конкуренції та стратегічних цілей</li> <li>- технологій розроблення стратегій конкуренції</li> <li>- виокремлення ключових факторів конкурентної боротьби в галузі</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Розуміння процесів, що протікають у конкурентних середовищах дає змогу передбачувати та управляти зонами прибутку, прогнозувати та гнучко реагувати на дії конкурентів, а також випереджати власних конкурентів та розвиток галузі, наслідуючи глибоко обґрунтовану стратегію конкуренції.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), презентації лекцій, допоміжні матеріали.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Теорія конкуренції
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на таких кредитних модулях, як «Маркетинг в інформаційному суспільстві», «Маркетингові дослідження», «Промисловий маркетинг» та потребує базових знань з маркетингу.
Що буде вивчатися	Вивчення теорії конкуренції охоплює класичні підходи, а також інноваційні інструменти, що знаходяться на етапі впровадження в теорію з метою її удосконалення і адаптації до умов невизначеності.
Чому це цікаво/треба вивчати	Розроблення інноваційних підходів до процесів конкуренції у мало дослідженому етапі невизначеностей та великих викликів, з якими стикатимуться сучасні суб'єкти економічних відносин, потребує глибокого розуміння класичної теорії конкуренції.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення дисципліни дає змогу студентам отримати класичні знання з: <ul style="list-style-type: none"> <li>- конкурентного аналізу</li> <li>- стратегій конкуренції</li> <li>- розуміння сутності конкурентної переваги</li> <li>- джерел конкурентної переваги</li> <li>- реалізації стратегій конкуренції на функціональному рівні стратегій підприємства.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Знання, з одного боку, специфічних особливостей сучасності, а з іншого боку, класичних (теоретичних) інструментів конкуренції відкриває можливість адаптувати вже апробовані підходи до цих особливостей та надати їм нового значення. Розуміння теорії конкуренції дає змогу підприємствам діяти на випередження їх основних конкурентів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), презентації лекцій, допоміжні матеріали.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Трейд маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з курсу «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетинг послуг»
Що буде вивчатися	<p>Трейд-маркетинг – це напрям діяльності, який орієнтовано на підвищення ефективності взаємодії всіх суб'єктів маркетингових каналів: від виробника до кінцевого споживача. Виробник отримує можливість підвищити ефективність власної мережі збуту, споживач може отримати доступ до правильно організованої мережі розподілу, що зекономить йому час та зусилля на вирішення власної проблеми (придбання товару). Буде вивчатись:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Аналіз ринку із метою визначення можливостей щодо розвитку торгівельної мережі або торгівельного закладу/посередника</li> <li>- Торговельно-технологічні процеси та їх взаємозв'язок</li> <li>- Управління поведінкою споживачів</li> <li>- Маркетингове забезпечення торгівельної діяльності посередника</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах стрімкого розвитку глобальної торгівлі та розширення меж діяльності підприємств, дуже важливим стає процес узгодження торговельних зусиль в межах всього ланцюжка економічних відносин. Відповідно, критичним є розуміння системи торговельних відносин як цілісного об'єкту та вміння системно взаємодіяти із учасниками цієї системи.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Заходи трейд-маркетингу передбачають як роботу із безпосередньо торговельним простором, так і взаємодію із посередниками, і стимулювання власного збутового персоналу, і є комплексними. В межах вивчення дисципліни можна навчитись:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфіки аналізу ринку та типам клієнтів;</li> <li>- засадам розроблення стратегії, визначення напрямів розвитку торгівлі;</li> <li>- засадам операційного трейд-маркетингу: управління продажами та інструментам стимулювання збуту та формування попиту в діяльності торговельного підприємства;</li> <li>- інформаційному супроводу заходів трейд-маркетингу.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розробляти стратегію трейд-маркетингу, заходи клієнт-сервісу, заходи з просування товару;</li> <li>- складати програму продаж, управляти категоріями, планувати операційні інвестиції;</li> <li>- складати документацію та звітність в системі трейд-маркетингу</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Категорійний менеджмент
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з курсу «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетинг послуг»
Що буде вивчатися	Категорійний менеджмент займається такими питаннями як: - вивчення структури асортименту, а також ціноутворення в межах асортименту та просування товарної категорії - питання викладки в торговельному залі із орієнтацією на споживача - побудову відносин із постачальниками - управління запасами та оптимізація бізнес-процесів в контексті управління товарною категорією.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах стрімкого розвитку глобальної торгівлі, скорочення життєвого циклу товару, стирання відмінності між товарами широкого вжитку та підвищення значущості сильного бренду на тлі інформаційного перенасичення, дуже важливим стає процес управління окремою товарною категорією як самостійною одиницею пропозиції.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Сформувані компетенції, навички та знання щодо управління торговельним простором та товарними категоріями в межах асортименту, кожна з яких розглядається як самостійна бізнес-одиниця із власними показниками прибутковості та ефективності, своїми постачальниками, стратегіями та цілями. Метою впровадження категорійного менеджменту є не стільки пошук та пропозиція більш дешевого товару, скільки врахування комплексних факторів поведінки споживачів, можливостей логістичної системи, оптимальної комбінації та розташування товарів у торговельному залі з точки зору обліку, а також робота із торговельним персоналом, що є відповідальним за категорію.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	- розробляти стратегію і тактику управління асортиментом торговельного підприємства, формувати систему показників ефективності управління асортиментними категоріями; - сегментувати покупців та формувати складові 4Р щодо асортиментної категорії: цінову політику, просування; - розробляти рішення щодо організаційної структури підприємства, що відображає специфіку індивідуальної роботи із товарними категоріями, їх постачальниками, торговельним персоналом.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

<b>Дисципліна</b>	<b>Управління асортиментом торговельного підприємства</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з курсу «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетинг послуг»
Що буде вивчатися	Управління асортиментом торгового підприємства передбачає вивчення таких питань як структура та показники асортименту, його споживчі властивості, чинники його формування, зв'язок процесу формування асортименту із сегментацією ринку, ціноутворення в межах асортименту та просування товарних категорій, питання викладки в торговельному залі із орієнтацією на споживача та елімінація асортименту.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах стрімкого розвитку національної, регіональної та глобальної торгівлі, скорочення життєвого циклу товарів та товарних категорій, злиття галузей за технологічною ознакою та за ознакою потреб споживача (товари, що сполучають різні потреби), стирання відмінності між товарами широкого вжитку та підвищення значущості сильного бренду на тлі інформаційного перенасичення, дуже важливим стає процес управління асортиментом як цілісною одиницею, що характеризується внутрішніми взаємозв'язками.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Сформувати компетенції, навички та знання щодо управління товарними категоріями в межах асортименту, кожна з яких розглядається як самостійна бізнес-одиниця із власними показниками прибутковості та ефективності, враховуючи їх внутрішній зв'язок між собою. Метою управління товарним асортиментом є не стільки пошук та пропозиція більш дешевого товару, скільки врахування комплексних факторів поведінки споживачів в торговельному просторі, взаємозв'язку їх потреб, і, відповідно, оптимальної комбінації та розташування товарів у торговельному залі з точки зору обліку та управління, зниження витрат на управління торговельним асортиментом.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	- розробляти стратегію і тактику управління асортиментом торговельного підприємства, формувати систему показників ефективності управління асортиментними категоріями; - сегментувати покупців та формувати складові комплексу маркетингу відносно асортиментної категорії: цінову політику, просування.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Аналіз і візуалізація даних (обов'язкова для СП)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 (6 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторних занять, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Володіння комп'ютерною технікою; знання основ MS Excel та MS PowerPoint
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Структура і види візуалізацій</li> <li>– Основні етапи створення візуалізації</li> <li>– Класифікація графіків та особливості застосування графіків кожного типу</li> <li>– Вибір та використання візуальних атрибутів</li> <li>– Рейтинг візуальних атрибутів</li> <li>– Рекомендації з удосконалення зображення</li> <li>– Робота з візуалізаціями у MS Excel</li> <li>– Робота з візуалізаціями у Tableau</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>Якісно презентувати результати власної роботи наразі є одним з основних умінь, які потрібні маркетологу. Особливістю викладання курсу є його практична спрямованість: у процесі навчання передбачена велика кількість практичних завдань, з подальшим аналізом, роботою над помилками.</p> <p>Інтерактивні візуалізації та інформаційні панелі (дашборди) є сучасним форматом відображення інформації. Вони дають можливість слідкувати за змінами важливих показників у реальному часі. Уміння правильно читати та будувати такі візуалізації є необхідним для роботи у сучасному цифровому середовищі. Tableau є найбільш потужним інструментом бізнес-аналітики</p>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Результатом навчання є володіння основними принципами створення якісних презентацій та візуалізацій, що включає в себе формування основної ідеї візуалізації, правильний вибір візуальних атрибутів, формування композиції, перевірку якості візуалізації</p> <p>Працювати в Tableau, створювати візуалізації, дашборди та історії</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<p>Набуті знання та вміння можна використовувати при створенні аналітичних звітів за результатами реалізованих проєктів, а також при підготовці наукових матеріалів: статей, курсових робіт, дипломної роботи</p> <p>Будувати динамічні звіти для відстеження ключових маркетингових показників у реальному часі</p>
Інформаційне забезпечення дисципліни	<p>Робоча програма навчальної дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій, рекомендації з організації роботи на комп'ютерних практикумах</p> <p>Програмне забезпечення Tableau Public</p>
Вид семестрового контролю	Залік

**ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ВИБОРУ 3-КУРСНИКАМИ (НП 2020)**  
**НА 4 КУРС**  
**Цикл професійної та практичної підготовки (за вибором  
студентів)**



## 7 семестр

Дисципліна	Мови програмування при роботі з великими даними
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсами: «Математика для економістів», «Основи програмування», бажано знання за курсами «Оптимізаційні методи та моделі», «Програмне забезпечення маркетингу»
Що буде вивчатися	Що таке Big Data і яка роль маркетолога при роботі з великими даними; ключові поняття науки про дані (DataScience), її застосування у маркетингу. Мова програмування R: базові поняття. Ключові особливості роботи з програмним середовищем RStudio – від встановлення на комп'ютер до вирішення маркетингових завдань із застосуванням спеціалізованих пакетів (R Packages). Використання GitHub та Git при роботі з RStudio, особливості роботи із модулем "VersionControl".
Чому це цікаво/треба вивчати	У світі кожного дня генерується величезна кількість даних. Тому здатність їх коректно оброблювати й інтерпретувати є дуже важливою для майбутнього спеціаліста-маркетолога. Мова програмування R та програмний пакет RStudio є одними із основних інструментів, які застосовуються у DataScience, як під час здійснення професійних маркетингових досліджень, так і в науковій сфері. Знання у цій сфері надають переваг на ринку праці.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати ключові поняття DataScience і BigData, базові поняття мови програмування R, її переваги і обмеження щодо її використання, алгоритми проведення аналізу даних у RStudio із використанням R. Уміти застосовувати мову програмування R при вирішенні маркетингових завдань, користуватися програмним середовищем RStudio і спеціалізованими пакетами R Packages, використовувати GitHub та Git.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях та використовувати інформаційні та комунікаційні технології. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Веб-дизайн в маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсами: «Математика для економістів», «Основи програмування», бажано знання за курсами «Оптимізаційні методи та моделі», «Програмне забезпечення маркетингу»
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ключові принципи дизайну та веб-дизайну.</li> <li>- Роль веб-дизайну і веб-ресурсів у маркетингу.</li> <li>- Особливості використання графічних редакторів.</li> <li>- Проектування веб-сайту із застосуванням сучасних інструментів.</li> <li>- Приклади дизайнерських рішень від світових брендів та креативних агентств.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Цифровізація усіх сфер людської діяльності розвивається сьогодні дуже швидкими темпами, що спричинює надзвичайну залежність бізнесу від веб-технологій.</li> <li>- Коректне застосування інструментів веб-дизайну надасть змогу досягти більшої прибутковості бізнесу та зменшити ризики, спричинені цифровізацією.</li> <li>- Спеціаліст зі знаннями у цій сфері буде більш конкурентоспроможним на ринку праці.</li> </ul>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Знати ключові принципи веб-дизайну та його роль у маркетингу, базові особливості використання графічних редакторів, принципи проектування веб-сайтів.</p> <p>Уміти застосовувати ключові принципи дизайну та веб-дизайну при здійсненні професійної діяльності, проектувати веб-сайти із застосуванням сучасних інструментів, застосовувати креативні навички, здобуті на основі аналізу вдалих дизайнерських рішень від світових брендів та креативних агентств.</p>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях та використовувати інформаційні та комунікаційні технології. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

<b>Дисципліна</b>	<b>Теорія бізнес-аналітики (обов'язкова для СП)</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (Бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на знаннях, отриманих студентами під час вивчення дисциплін «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Основи програмування», «Вища математика для економістів», «Економічна теорія», «Макроекономіка», «Мікроекономіка».
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Аналітика в системі управління бізнесом;</li> <li>- Стратегічний та тактичний фокуси бізнес-аналітики;</li> <li>- Системний підхід в бізнес-аналітиці, базові методи та принципи.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Бізнес-аналітика є основою прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективних управлінських дій. Знання теорії бізнес-аналітики стане в нагоді тим, хто хоче розуміти як забезпечити системність та обґрунтованість управлінських рішень, системність, керованість та сталий розвиток бізнесу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати найновіші теорії, методи і практичні прийоми бізнес-аналітики; Відрізнити стратегічний та тактичний підходи в бізнес-аналітиці і відповідно потребам і спрямованості управління бізнесом обирати методи бізнес-аналізу; Застосовувати принципи системного підходу в бізнес-аналітиці підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання забезпечують студентам розуміння місця аналітики в системі управління бізнесом, структури та базових методів бізнес-аналітики, можливість системно підходити до бізнес-аналізу та прийняття управлінських рішень, формувати надійне підґрунтя управлінських рішень та дій.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, лекційний матеріал
Вид семестрового контролю	Залік

<b>Дисципліна</b>	<b>Продаж та управління продажем</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна «Продаж та управління продажем» базується на таких дисциплінах як «Поведінка споживача».
Що буде вивчатися	Питання пов'язані з побудовою на підприємстві процесу збуту загалом, а також організації діяльності відділу продажу та управління ним. Розглядаються технології продажів та інструментарій здійснення збутової діяльності як в оффлайн, так і в онлайн середовищі.
Чому це цікаво/треба вивчати	«Продаж та управління продажем» є профільною для студентів, що навчаються на кафедрі промислового маркетингу. Адже набуті знання дозволяють оволодіти сучасними методами збуту та технікою продажу.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- концепції збуту, його визначення та місце в системі маркетингу;</li> <li>- методів збуту, форм та методів продажу, здійсненню торгових операцій;</li> <li>- техніці ведення переговорів та складання контрактів купівлі-продажу, презентації товарів та управління запереченнями покупців.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Використовувати навички ведення переговорів та прямих продажів. Мати досвід повного проходження шляху взаємодії з вітчизняними та найбільшими зарубіжними маркетплейсами починаючи від вибору площадки та товару, закінчуючи виведенням коштів отриманих з продажів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, комплекс навчально-методичного забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

<b>Дисципліна</b>	<b>Організація збуту в цифровому середовищі</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна «Організація збуту в цифровому середовищі» базується на таких дисциплінах «Поведінка споживача».
Що буде вивчатися	Сучасні методи збуту та оволодіння технікою продажу в онлайн середовищі.
Чому це цікаво/треба вивчати	«Організація збуту в цифровому середовищі» є профільною для студентів, що навчаються на кафедрі промислового маркетингу. Адже дисципліна розкриває побудову системи збуту не залежно від форми ведення збутової діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вибудувувати на підприємстві систему збуту та управляти нею. Вивчити техніки ведення збутової діяльності в цифровому та не цифровому середовищі.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Вміти користуватися різними формами та методами продажу, здійснювати торгові операції. Користуватися технікою ведення переговорів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, комплекс навчально-методичного забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

<b>Дисципліна</b>	<b>Управління діяльністю відділу збуту</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна «Управління діяльністю відділу збуту» базується на таких дисциплінах як «Поведінка споживача».
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сучасні методи збуту та техніки продажу;</li> <li>- концепція збуту, його визначення та місце в системі маркетингу;</li> <li>- визначення методів збуту, форм та методів продажу, здійснення торгових операцій;</li> <li>- техніка ведення переговорів та складання контрактів купівлі-продажу, презентації товарів та управління запереченнями покупців.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	«Управління діяльністю відділу збуту» є профільною для студентів, що навчаються на кафедрі промислового маркетингу. У процесі вивчення курсу, у студентів буде сформована система знань про сутність і зміст збутової діяльності. Вони ознайомляться з основними поняттями, системами і алгоритмами збуту; здобудуть практичні навички розв'язання конкретних завдань в галузі збутової діяльності; сформулюють вміння творчого пошуку резервів удосконалення збутової діяльності підприємства.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчити методи збуту, ознайомитись з процесом купівлі, мотивацією та системою оплати і контролю праці, навчитися планувати етапи продажу, потренуватися в особистому продажі та ознайомитись з особливостями інших видів продажу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Після закінчення курсу студенти оволодіють інструментарієм здійснення продажу та плануванням і оцінкою даного процесу. Зокрема застосуванням різноманітних методів продажу та доцільністю використання CRM-систем.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, комплекс навчально-методичного забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Логістика в системі маркетингу підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсами: «Промисловий маркетинг», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингове ціноутворення»
Що буде вивчатися	<p>Що таке логістична система та її складові.  Які існують сучасні концепції і технології логістики.  Які моделі та методи використовуються в логістиці.  Логістичні процеси та функції пов'язані із транспортуванням, складуванням, пакуванням продукції, прийманням та виконанням замовлень.</p>
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>В зв'язку з процесами глобалізації і спеціалізації у світі все більше значення набуває логістика як теорія і практика підвищення ефективності руху матеріального потоку від місця його створення до місця споживання. Проведення заходів із вдосконалення процесів транспортування, складування, пакування, приймання та виконання замовлень є однією з важливих складових підвищення конкурентоспроможності підприємства.</p>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знання сучасних концепцій і технологій логістики;</li> <li>- знання функції управління логістичною системою та її місця в маркетинговій діяльності;</li> <li>- уміння застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері логістики;</li> <li>- уміння збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати логістичні показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність застосовувати знання при вирішенні практичних логістичних задач;</li> <li>- здатність використовувати інформаційні технології для підвищення ефективності логістичної системи;</li> <li>- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області логістики;</li> <li>- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти логістики.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік



<b>Дисципліна</b>	<b>Управління асортиментом торговельного підприємства</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з курсу «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетинг послуг»
Що буде вивчатися	Управління асортиментом торгового підприємства передбачає вивчення таких питань як структура та показники асортименту, його споживчі властивості, чинники його формування, зв'язок процесу формування асортименту із сегментацією ринку, ціноутворення в межах асортименту та просування товарних категорій, питання викладки в торговельному залі із орієнтацією на споживача та елімінація асортименту.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах стрімкого розвитку національної, регіональної та глобальної торгівлі, скорочення життєвого циклу товарів та товарних категорій, злиття галузей за технологічною ознакою та за ознакою потреб споживача (товари, що сполучають різні потреби), стирання відмінності між товарами широкого вжитку та підвищення значущості сильного бренду на тлі інформаційного перенасичення, дуже важливим стає процес управління асортиментом як цілісною одиницею, що характеризується внутрішніми взаємозв'язками.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Сформувати компетенції, навички та знання щодо управління товарними категоріями в межах асортименту, кожна з яких розглядається як самостійна бізнес-одиниця із власними показниками прибутковості та ефективності, враховуючи їх внутрішній зв'язок між собою. Метою управління товарним асортиментом є не стільки пошук та пропозиція більш дешевого товару, скільки врахування комплексних факторів поведінки споживачів в торговельному просторі, взаємозв'язку їх потреб,, і, відповідно, оптимальної комбінації та розташування товарів у торговельному залі з точки зору обліку та управління, зниження витрат на управління торговельним асортиментом.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	- розробляти стратегію і тактику управління асортиментом торговельного підприємства, формувати систему показників ефективності управління асортиментними категоріями; - сегментувати покупців та формувати складові комплексу маркетингу відносно асортиментної категорії: цінову політику, просування.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Оптимізація товароруху та управління складським господарством
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (7 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 години аудиторної роботи, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсами: «Промисловий маркетинг», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингове ціноутворення»
Що буде вивчатися	<p>Що таке товарорух у логістичній системі.</p> <p>Які сучасні підходи організації складського господарства.</p> <p>Які моделі та методи використовуються для оптимізації товароруху.</p> <p>Логістичні процеси та функції пов'язані із транспортуванням, складуванням, пакуванням продукції, прийманням та виконанням замовлень.</p>
Чому це цікаво/треба вивчати	В зв'язку з процесами глобалізації і спеціалізації у світі все більше значення набувають стадії товароруху та складування. Проведення заходів із вдосконалення процесів транспортування, складування, пакування, приймання та виконання замовлень є однією з важливих складових підвищення конкурентоспроможності підприємства.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- знання сучасних концепцій і технологій щодо управління складським господарством;</li> <li>- знання функції управління товарорухом та його місця в маркетинговій діяльності;</li> <li>- уміння застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері логістики;</li> <li>- уміння збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати логістичні показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність застосовувати знання при вирішенні практичних логістичних задач;</li> <li>- здатність використовувати інформаційні технології для підвищення ефективності логістичної системи;</li> <li>- здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області логістики;</li> <li>- здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти логістики.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

## 8 семестр

Дисципліна	Бізнес-планування (обов'язкова для СП)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна «Бізнес-планування» базується на таких дисциплінах як «Маркетинг», «Інвестування», «Міжнародний маркетинг», дисципліни з права, бажано мати знання з фінансів та управління ризиками.
Що буде вивчатися	В межах дисципліни вивчатимуться питання щодо методології бізнес-планування, постановки цілей, розроблення завдань. Також будуть висвітлені обмеження, та можливі помилки, яких можна припуститись під час планування. Висвітлюється алгоритм складання бізнес-плану та процедура формування системи показників, за якими можна оцінити бізнес-план
Чому це цікаво/треба вивчати	«Бізнес-планування» є важливою дисципліною для студентів, що навчаються на кафедрі промислового маркетингу. Адже набуті знання дають змогу правильно аналізувати цілі і завдання планування роботи бізнесу. А це в свою чергу необхідно для формування маркетингової стратегії.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сформувати навички комплексного підходу до організації власного бізнесу;</li> <li>- зрозуміти необхідність і доцільність використання бізнес-планів для сучасного здійснення власного бізнесу;</li> <li>- ознайомитись з механізмом розробки бізнес-планів;</li> <li>- сформувати творчий підхід до розробки окремих складових бізнес-плану.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Після проходження курсу ви зможете використовувати загальну методологію бізнес-планування та розуміти особливості його документального забезпечення за принципами сучасного діловодства. Знати усі етапи розробки кожного розділу бізнес-плану та вміти реалізовувати їх на практиці. А також отримаєте навички презентації бізнес-плану, як дієвого інструменту пошуку фінансування для його реалізації.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), комплекс навчально-методичного забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Планування та організація власного бізнесу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна «Планування та організація власного бізнесу» базується на таких дисциплінах як «Маркетинг», «Інвестування», «Міжнародний маркетинг», дисципліни з права, бажано мати знання з фінансів та управління ризиками
Що буде вивчатися	Теорія організації власного бізнесу
Чому це цікаво/треба вивчати	«Планування та організація власного бізнесу» є важливою для студентів, що навчаються на кафедрі промислового маркетингу. Адже вона допоможе сформувати навички комплексного підходу до організації власного бізнесу
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методології планування власного бізнесу;</li> <li>- процесу стратегічного планування на підготовчій стадії планування власного бізнесу;</li> <li>- структурі та логіці розробки й оформлення бізнес-плану згідно системи UNIDO;</li> <li>- розробці бізнес-плану;</li> <li>- презентації проекту власного бізнесу.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Правильно планувати власний бізнес, з огляду на створений бізнес-план. Використовувати навички презентації при пошуку інвесторів для реалізації проекту.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції, демонстраційні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Розроблення бізнес-плану підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна «Розроблення бізнес-плану підприємства» базується на таких дисциплінах як «Маркетинг», «Інвестування», «Міжнародний маркетинг», дисципліни з права, бажано мати знання з фінансів та управління ризиками
Що буде вивчатися	Вивчатиметься процес складання бізнес-плану із одночасним висвітленням питань такого характеру: навіщо потрібен бізнес-план? Чому важливо правильно його скласти? Які етапи складають сам процес та можливі труднощі в ході їх реалізації?
Чому це цікаво/треба вивчати	«Розроблення бізнес-плану підприємства» є важливою дисципліною для студентів, що навчаються на кафедрі промислового маркетингу. Адже набуті знання дають змогу правильно аналізувати цілі і завдання процесу планування, методи та інструменти, організаційну складову. А це в свою чергу необхідно для формування маркетингової стратегії.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сформувати навички комплексного підходу до організації процесу планування;</li> <li>- зрозуміти необхідність і доцільність використання бізнес-планів в контексті сучасних підходів до організації бізнесу та ведення ділової документації;</li> <li>- ознайомитись з механізмом розробки бізнес-планів;</li> <li>- зрозуміти інформаційні алгоритми, складові та особливості інформаційного обміну.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Після проходження курсу ви зможете використовувати загальну методологію бізнес-планування. Знати усі етапи розробки кожного розділу бізнес-плану та вміти реалізовувати їх на практиці, враховуючи організаційні, ресурсні, управлінські особливості реалізації кожного етапу. А також отримаєте навички презентації бізнес-плану, як дієвого інструменту пошуку фінансування для реалізації даного бізнес-плану.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції, демонстраційні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Електронна комерція
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом маркетингу, промислового маркетингу, бажано також знання з економіки.
Що буде вивчатися	Під час вивчення курсу здобувачі отримують уявлення щодо цілісної системи знань про електронну комерцію через вивчення термінологічного апарату, розкриття усіх наведених понять і внутрішньої логіки явища, а також надання уявлення про організаційно - технологічну модель електронної комерції. Призначення дисципліни: здобуття студентами практичних навичок з проведення ділових операцій електронними засобами глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.
Чому це цікаво/треба вивчати	Розвиток фахових компетенцій є надзвичайно важливим в умовах все більш виражених інтеграційних процесів, які посилюють конкуренцію на промисловому ринку не лише серед товарів, а й серед їх виробників і продавців. До найбільш платоспроможних та перспективних ринків належить ринок Електронної комерції. Звідси випливає, що знати особливості ринку Електронної комерції, а також стандарти, на основі яких забезпечується найкращий результат, є актуальним завданням.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення дисципліни дасть здобувачеві: Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію, у тому числі на промисловому та споріднених ринках. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання забезпечуватимуть здобувачам можливість самостійно визначати та формувати ринкові стратегії на електронних ринках. Узагальнювати та формувати систему управління ними та розробляти власні аналітичні та практичні рішення для підприємств. Володіння методами економічного і стратегічного аналізу поведінки економічних агентів і ринків в глобальному середовищі. Здатність залучати нових клієнтів і утримувати існуючих, вибудовуючи з ними довгострокові відносини і збільшуючи їх лояльність.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус (робоча програма дисципліни), інформаційно-лекційне забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Електронний ринок на базі Інтернет
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсом маркетингу, промислового маркетингу, бажано також знання з економіки.
Що буде вивчатися	Курс передбачає надання вичерпної інформації щодо концепцій, методів та найкращої практики для підтримки всіх процесів на електронному ринку. Дисципліна заснована на нових академічних моделях разом з передовою практикою провідних розробників цифрових технологій. Розгляд цих концепцій та передового досвіду, покликані дати можливість студентам використовувати можливості цифрового ринку при мінімізації ризиків.
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>Дисципліни відповідає таким потребам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- надання знань, наскільки цифрові технології та засоби масової інформації змінюють існуючі маркетингові моделі та чи можна застосовувати нові моделі та стратегії для ефективного використання середовища;</li> <li>- враховуючи швидко мінливі ринкові характеристики та кращі практики цифрового ринку, для регулярного оновлення знань необхідні веб-джерела інформації.</li> </ul> <p>Дисципліна передбачає деякі наявні знання з маркетингу, маркетингових комунікацій та поведінки споживачів.</p>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Вивчення дисципліни дасть здобувачеві:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знання, наскільки цифрові технології та засоби масової інформації змінюють існуючий електронний ринок та чи можна застосовувати нові моделі та стратегії для ефективного використання середовища;</li> <li>- навички формування та реалізації комплексних складних рішень на різних рівнях ведення конкурентної боротьби, обґрунтування власних пропозицій.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання забезпечуватимуть якість управління та прийняття виробничих рішень безпосередньо пов'язаних з наявністю повної, достовірної інформації про ринок, попит, уподобання споживачів, ринкові цілі, дії конкурентів, а також інформації про показники діяльності об'єкта управління.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус (робоча програма дисципліни), інформаційно-лекційне забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

<b>Дисципліна</b>	<b>Бізнес-моделі підприємства (обов'язкова для СП)</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання за курсами: «Математика для економістів», «Теорія бізнес-аналітики», «Програмне забезпечення маркетингу»
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Складові бізнес-моделей підприємства.</li> <li>- Ресурси, джерела ресурсів та бізнес-процеси, що беруть участь у перетворенні ресурсів у кінцевий результат.</li> <li>- Розроблення бізнес-моделей: алгоритми, умови, обмеження.</li> <li>- Особливості прогнозування та інтерпретації результатів роботи бізнес-моделей.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Розуміння підприємства як системи, що працює у складному середовищі, вимагає здатності побудувати його модель та визначити умови і обмеження для її роботи із урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників. Системність бачення та здатність узгоджувати процеси і потоки підприємства в єдине ціле – затребувана компетенція на сьогодні, коли бізнес мислить панорамними категоріями, що інтегрують знання про зовнішнє та внутрішнє середовище.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати базові поняття, переваги і недоліки застосування, історію виникнення і розвитку бізнес-моделювання, алгоритми проведення аналізу бізнес-моделей із використанням спеціалізованих програмних засобів, особливості застосування інструментів бізнес-моделювання.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</li> <li>- Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології для бізнес-моделювання.</li> <li>- Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти бізнес-моделювання.</li> <li>- Здатність проводити дослідження складових роботи підприємства для побудови бізнес-моделі.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма навчальної дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали, рекомендації з виконання аналітичного огляду.
Вид семестрового контролю	Залік



<b>Дисципліна</b>	<b>Управління якістю в системі маркетингу підприємства</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з курсу «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетинг послуг», «Маркетингові дослідження» «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика»
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Історія розвитку вітчизняного управління якістю.</li> <li>– Розробка методів оцінки якості.</li> <li>– Розробка системного підходу до управління якістю продукції на вітчизняних підприємствах.</li> <li>– Організація захисту прав споживачів.</li> <li>– Досвід управління якістю у різних країнах.</li> <li>– Базова концепція загального управління якістю.</li> <li>– Системи управління якістю на основі міжнародних стандартів</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Маркетингова діяльність має частково нематеріальну природу виконання, тому управління якістю в системі маркетингу підприємства є ускладненим питанням. Питання якості включає в себе і усталені процедури встановлення показників оцінювання якості, і сам алгоритм оцінювання, що варіюється в залежності від змісту маркетингової функції, і методи підтримання якості виконання маркетингових функцій, знання яких є обов'язковими для сучасного маркетолога, орієнтованого на розвиток кар'єри до управлінських посад.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Використання алгоритмів управління якістю виконання маркетингової функції, розроблення покрокової впорядкованої інструкції щодо виконання окремих маркетингових дій, встановлення певного набору показників, що відповідають прийнятому стандарту, як способу вимірювання якості реалізації маркетингової функції.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Приймати обґрунтовані рішення з управління якістю виконання маркетингових функцій в межах ринкового простору, виходячи із цілей підприємства та особливостей його маркетингової стратегії
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Стандартизація та сертифікація маркетингової діяльності
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Дисципліна базується на знаннях, отриманих студентами під час вивчення дисциплін «Маркетинг», «Маркетингові дослідження» та «Міжнародний маркетинг». Курс є допоміжним при подальшому проходженні переддипломної практики та написання дипломної роботи.
Що буде вивчатися	Теоретичні та практичні підходи до формування та впровадження стандартів, в тому числі, маркетингової діяльності, підходи до проходження процесу сертифікації.
Чому це цікаво/треба вивчати	В умовах стрімкого розвитку глобальної торгівлі та розширення меж діяльності підприємств, дуже важливим стає процес впровадження в діяльність стандартів, що дають змогу розробляти та реалізовувати якісні товари та послуги, сертифікувати діяльність задля легкого та масштабування діяльності підприємства в тому числі, і на світові ринки.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Розуміти систему сертифікації та відповідності Розуміти принципи та порядок сертифікації товарів та послуг Знати та використовувати світові, регіональні та державні стандарти в практичній діяльності Розуміти як функціонують систем оцінки якості, як вони впроваджуються в маркетингову діяльність
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Впроваджувати підходи та інструменти оцінювання якості товарів та послуг, впроваджувати системи сертифікації та стандартів у маркетингову діяльність підприємства Розуміти ринки інформаційних ресурсів і особливостей їх використання для вирішення завдань маркетингу в сфері стандартизації та сертифікації Встановлювати, вимірювати та трактувати показники, що визначають ефективність впровадження стандартів маркетингової діяльності.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), наочні матеріали (презентація PowerPoint), навчально-методичний комплекс
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Маркетингові метрики (обов'язкова для СП)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 (8 семестр)
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 годин аудиторних занять, 84 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з курсу «Маркетинг», «Промисловий маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетинг послуг», «Маркетингові дослідження» «Маркетингове ціноутворення», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика»
Що буде вивчатися	Підходи до формування та впровадження стандартів маркетингової діяльності та їх роль у підвищення ефективності діяльності підприємства, в тому числі, на міжнародному ринку. Підходи до вимірювання ключових показників маркетингової діяльності та вдосконалення системи метрик.
Чому це цікаво/треба вивчати	З розвитком нових технологій на новий рівень виходить процес розробки та вимірювання показників маркетингової діяльності – маркетингових метрик та їх впровадження в процес вимірювання ефективності ринкової діяльності. З іншого боку – в умовах глобалізації потрібно впроваджувати світові та державні стандарти в маркетингову діяльність, зокрема GDPR.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Розуміти стандартизації та її науково-методичні основи Знати міжнародні системи стандартизації та їх застосування в маркетингу. Маркетингові стандарти ISO. принципи та порядок сертифікації товарів та послуг Розуміти стандарти вимірювання ефективності маркетингової діяльності та систему маркетингових метрик та використовувати світові, регіональні та державні стандарти в практичній діяльності Розуміти як функціонує система аналітики в процесі формування маркетингових метрик
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Впроваджувати в маркетингову діяльність підприємства міжнародних та професійних стандартів Адаптувати маркетингову діяльність задля відповідності стандартам діяльності Розробляти та впроваджувати систему показників оцінки маркетингової діяльності – метрик, розробляти підходи до їх вимірювання та вдосконалення
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), наочні матеріали (презентація PowerPoint), навчально-методичний комплекс
Вид семестрового контролю	Залік