

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 06.03.2025 р.)

Вченою радою ФММ  
КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 7 від 30.01.2025 р.)

Київ – 2025

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 2023) НА 3 КУРС**  
**Цикл професійної та практичної підготовки (Вибіркові освітні компоненти)**

5 семестр

- 1) Оптимізаційні методи та моделі в бізнесі
- 2) Математичне програмування
- 3) Дослідження операцій в маркетингу
- 4) Економіка підприємства
- 5) Соціальна економіка
- 6) Підприємництво
- 7) Монетарна економіка та політика
- 8) Фінансове забезпечення маркетингу
- 9) Поведінкова економіка
- 10) Економічна динаміка ринків
- 11) Теорія ігор та економічна поведінка
- 12) Управлінський облік в маркетинговій діяльності
- 13) Аналіз структурованих та неструктурованих даних
- 14) Брендінг особистості
- 15) Тренінг «Лайф дизайн»
- 16) Тренінг «СММ»

6 семестр

- 1) Економічна аналітика
- 2) Економетричні методи та моделі в маркетингу
- 3) Математична економіка
- 4) Міжнародна економіка
- 5) Транснаціональні корпорації
- 6) Інтеграційні процеси міжнародного розвитку
- 7) Бізнес-аналіз
- 8) Конкурентоспроможність підприємства
- 9) Психологія бізнесу та конфліктологія
- 10) Трейд маркетинг
- 11) Категорійний менеджмент
- 12) Брендінг
- 13) Аналіз і візуалізація даних

ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ВИБОРУ 3-КУРСНИКАМИ (НП 2022) НА 4 КУРС  
**Цикл професійної та практичної підготовки (за вибором студентів)**

7 семестр

- 1) Мови програмування при роботі з великими даними
- 2) Контент маркетинг та креативне письмо
- 3) Програмування із використанням R
- 4) Продаж та управління продажем
- 5) Креативний маркетинг
- 6) Штучний інтелект в маркетингу
- 7) Логістика в системі маркетингу підприємства
- 8) Маркетинг персоналу
- 9) Маркетинг у крос-культурному середовищі

8 семестр

- 1) Бізнес-планування
- 2) Нейромаркетинг
- 3) Паблік рілейшнз
- 4) Електронна комерція
- 5) Аджайл маркетинг
- 6) Бізнес-моделі підприємства
- 7) Холістичний маркетинг
- 8) Стандартизація та сертифікація маркетингової діяльності
- 9) Соціально-відповідальний маркетинг

# ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ВИБОРУ 2-КУРСНИКАМИ (НП 2023)

## НА 3 КУРС

### Цикл професійної та практичної підготовки 5 семестр

Дисципліна	Оптимізаційні методи та моделі в бізнесі
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 вищої математики для економістів, теорії ймовірності та математичної статистики, маркетингу.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"><li>- Загальна постановка задач лінійної оптимізації (ЗЛО);</li><li>- Теоретичні основи методів лінійної оптимізації;</li><li>- Геометричний метод розв'язування ЗЛО;</li><li>- Симплексний метод розв'язування ЗЛО та двоїсті (спряжені) ЗЛО;</li><li>- Транспортна задача та моделі цілочислової оптимізації;</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, будувати моделі оптимального плану виробництва, визначати оптимальний розподіл коштів, що витрачаються на рекламу.
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), РСО, навчальний матеріал для лекційних та практичних занять.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Математичне програмування
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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>- Динамічне програмування;</li> <li>- Стохастичне моделювання;</li> <li>- Математична модель міжгалузевого балансу;</li> <li>- Елементи теорії ігор</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення дисципліни дасть студенту можливість моделювати та будувати математичні сценарії бізнес-задач в маркетинговій діяльності задля оптимізації процесу розроблення маркетингової стратегії, що потребує знання принципів та підходів до аналізу ефективності провадження маркетингової діяльності в умовах ринкової нестабільності, а також знання принципів та підходів до формування маркетингової стратегії підприємства із використанням апарату математичного програмування
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 курс, 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 курс, 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 теоретичних аспектів функціонування суб'єктів господарювання.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Особливості створення та функціонування підприємств різних організаційно-правових форм.</li> <li>- Ринкове середовище функціонування підприємств;</li> <li>- Особливості різних форм управління підприємством.</li> <li>- Основи обліку основних засобів.</li> <li>- Основи обліку оборотних засобів.</li> <li>- Персонал підприємства та оплата праці.</li> <li>- Інвестування та показники оцінки інвестиційних проєктів.</li> </ul>
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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Як заснувати підприємство і що для цього потрібно;</li> <li>- Аналізувати ринкове середовище;</li> <li>- Здійснювати пошук та аналіз необхідної інформації з різних джерел;</li> <li>- Розуміти закономірності розвитку та функціонування підприємств;</li> <li>- Вести облік основних і оборотних засобів;</li> <li>- Комплексному розумінню сутності оплати праці.</li> </ul>
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 проєктів;</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), РСО, забезпечення навчальним матеріалом для лекційних та практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Соціальна економіка
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Соціальні функції економіки та соціальна політика.</li> <li>- Соціальна структура та соціо-економічна стратифікація суспільства;</li> <li>- Соціальний захист населення та аспекти демографічної політики.</li> <li>- Корпоративна соціальна відповідальність та соціальне підприємництво.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Економічна система країни є невіддільною від соціальної складової, реалізація економічних відносин залежить від якості людського капіталу країни, отже здобуття майбутніми маркетологами професійних знань, умінь та компетенцій через призму виміру цінності людського життя, розвитку особистості у процесі своєї життєдіяльності і соціального капіталу для забезпечення соціально-економічного прогресу, збалансування пропорцій сучасної економіки є необхідним аспектом ринкової діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Результатами навчання є формування у здобувачів вищої освіти цілісного світогляду і навичок системного мислення щодо соціо-економічного функціонування суспільства, враховуючи це у маркетинговій діяльності підприємства, яка має брати до уваги створення умов для розвитку і самореалізації особистостей у на різних рівнях економічної системи.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Використовувати знання щодо соціальних функцій та соціальних інструментів економіки для досягнення умов соціальної гармонії і компромісу між окремими стейкхолдерами, соціально економічними групами, суспільством у цілому та державою у взаємозв'язку економічних та соціальних відносин;</li> <li>- Поєднанні цілей стійкого, інклюзивного розвитку і стабільного підвищення добробуту населення в ході реалізації маркетингової діяльності.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), РСО, забезпечення навчальним матеріалом для лекційних та практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Підприємництво
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 та менеджменту
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Процес започаткування, ведення і припинення господарської діяльності, мета підприємницької діяльності,</li> <li>- Особливості управління об'єктами підприємницької діяльності,</li> <li>- Напрями ефективної роботи суб'єктів господарювання,</li> <li>- Основні аспекти державного регулювання підприємницької діяльності, особливості соціального підприємництва,</li> <li>- Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності,</li> <li>- Оцінка ефективності підприємницької діяльності та інвестиційних проектів.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Україна є країною, що перебуває у стані трансформації політико-правового, економічного, культурного тощо підґрунтя підприємницької діяльності в контексті реформи децентралізації, інтернаціоналізації підприємницької діяльності на європейські ринки, технологічної зміни виробничого базису, міжнародних політичних викликів, що має суттєвий вплив на розвиток соціально-економічних процесів в Україні. Отже, необхідність орієнтуватись в умовах здійснення підприємництва в країні є нагальною потребою сьогодення.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розв'язувати практичні проблеми, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у підприємницькій діяльності;</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>- Розуміти, як втілювати інженерні розробки та інші ідеї з урахуванням організаційних, правових, економічних аспектів в підприємницькій діяльності;</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 на нормативних документів, а також коректно оцінювати їх вплив на розвиток економічних процесів та ефективність діяльності підприємств.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), РСО, забезпечення навчальним матеріалом для лекційних та практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Монетарна економіка та політика
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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>- Сутність і функції грошей, концепції походження грошей, грошовий обіг і грошова маса, грошовий ринок, грошові системи;</li> <li>- Економічні цикли, інфляція та грошові реформи;</li> <li>- Валютний ринок і валютні системи;</li> <li>- Кредитний ресурс економічного зростання. Фінансові посередники грошового ринку, центральні та комерційні банки, державний борг;</li> <li>- Міжнародні фінансові установи та форми їх співробітництва з Україною.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення дисципліни дозволить студенту мати загальне уявлення про сутність економічних відносин, що виникають між суб'єктами ринкової економіки, а також механізми й організаційні структури, які забезпечують функціонування грошової системи. Означені знання є одними із ключових для організації власного бізнесу в контексті необхідності побудови відносин із економічними агентами ринку, зокрема кредитних.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Для організації своєї бізнес-діяльності здобувач матиме уявлення про основні характерні риси сучасної грошової системи України, її структуру, функції та принципи роботи її окремих ланок; економічний зміст та механізми здійснення базових банківських операцій та надання банківських послуг, що дозволить прогнозувати шляхи розвитку національної економіки та конкретного ринку, а також здійснювати моніторинг в змінах стану грошової, кредитної та банківської систем України тощо.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Здобувачі зможуть оцінювати процеси та явища, що відбуваються в економіці та уявляти їх взаємозв'язок із механізмом формування, розподілу й використання грошових та кредитних ресурсів в державі, досліджувати особливості грошового обороту, аналізувати склад та інструментарій грошової маси в країні, досліджувати особливості грошових та кредитних відносин в Україні.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), РСО, забезпечення навчальним матеріалом для лекційних та практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Фінансове забезпечення маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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), РСО, забезпечення навчальним матеріалом для лекційних та практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Поведінкова економіка
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економіки і підприємництва
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 основ філософії, менеджменту, економічної теорії
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Теорія поведінкової економіки, основні поняття та концепції, методологія, основні напрямки досліджень, аномалії в економічній поведінці, соціальні аспекти економічної поведінки, спільна діяльність, групове мислення, соціальні феномени;</li> <li>- Когнітивна психологія, поняття та види когнітивних процесів, когнітивні обмеження;</li> <li>- Основи продуктивного мислення, психофізіологічні основи прийняття рішень;</li> <li>- Нейроекономіка: процес прийняття рішення, основні теорії прийняття рішень, базова концепція нейроекономіки;</li> <li>- Експериментальна поведінкова економіка, сучасні проблеми експериментальної поведінкової економіки, види експериментів методичні підходи, парадокси;</li> <li>- Математична формалізація та моделювання економічних процесів: концепції прийняття рішень в умовах ризику, теорія перспектив Канемана-Тверські, ефекти ризикованого вибору;</li> <li>- Міжчасовий вибір та фреймінг: поняття міжчасового вибору, сучасні підходи до поведінки споживачів, фреймінг, залежність вибору від контексту.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	В своїй професійній діяльності маркетолог має розуміти, як люди приймають рішення в різних умовах навколишнього середовища, зосереджуючись на виявленні і аналізі психологічних, когнітивних та соціальних чинників, що впливають на їхню поведінкову відповідь на маркетингову пропозицію. Знання з даної дисципліни доповнюють розуміння традиційної економіки, розглядаючи не тільки раціональність і досконалість ринку, але й враховуючи індивідуальні особливості, емоції та соціальні фактори, що впливають на прийняття рішень.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Засвоєння дисципліни здобувачами дозволить сформулювати у них розуміння нестандартних економічних явищ і явищ, які не можуть бути повністю пояснені за допомогою традиційних економічних моделей, враховуючи психологічні, когнітивні та соціальні аспекти прийняття рішень.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам проводити аналіз поведінки людей, їхнього вибору в умовах невизначеності, структури та властивостей їхніх переваг, враховуючи їх мотивацію до ризику та інші фактори, що впливають на їхню економічну поведінку, дослідження взаємодії між індивідами та їхніми реакціями на різноманітні економічні стимули.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма (силабус), РСО, забезпечення навчальним матеріалом для лекційних та практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Економічна динаміка ринків
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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>- Стан та динаміка економічної системи, ринки як складові економічної системи: моделі та концепції;</li> <li>- Економічна динаміка ринків ендогенного та екзогенного походження;</li> <li>- Якісні методи аналізу соціально-економічних систем і процесів, їх застосування для дослідження ринкової динаміки в короткостроковому та довгостроковому періодах;</li> <li>- Математичний апарат, що використовується для аналізу економічної динаміки ринків;</li> <li>- Нестійкість і нелінійність як джерело невизначеності економічних процесів, моделювання економічної динаміки ринків в умовах зростання невизначеності та турбулентності ринкового середовища;</li> <li>- Прикладні моделі економічної динаміки в умовах неповної інформації</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Дана дисципліна служить для поглибленого вивчення динаміки соціально-економічних процесів на різних типах ринків за допомогою застосування сучасного дослідницького апарату із використанням якісних та кількісних методів аналізу, що дозволяє прогнозувати та оцінювати економічну перспективу та напрямки розвитку підприємства, зокрема, в умовах неповної інформації при розробці маркетингової стратегії.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здобувачі зможуть сформулювати системне бачення ринку як механізму, що підпорядковується певній динаміці економічного розвитку, яку можна проаналізувати, перебачити та спрогнозувати за допомогою дослідницького апарату, а саме математичних моделей динаміки розвитку економічних процесів, концептуальних положень виявлення тенденцій економічного розвитку та превентивного оцінювання наслідків впливу різних факторів. Опанувавши дисципліну, здобувачі набувають практичних вмінь і навичок досліджувати динаміку економічних систем, виявляючи тенденції та створюючи сценарії еволюції подій, пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Майбутні фахівці в сфері дослідження та управління ринковою поведінкою підприємства зможуть моделювати та передбачувати економічну динаміку ринків в умовах неповної інформації, визначати можливі стани економічних об'єктів як у ретроспективі, так і в перспективі, досліджувати закономірності їх розвитку за різних умов із використанням сучасних інформаційних технологій моделювання у своїй професійній діяльності.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), РСО, навчальний матеріал для лекційних та практичних занять.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Теорія ігор та економічна поведінка
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 з вищої математики, теорії ймовірностей та матстатистики, а також, бажано, поведінки споживачів
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Диференціальні умови оптимальності, неокласичні багатокритеріальні та однокритеріальні економічні моделі в скінченновимірному просторі, задачі оптимального керування;</li> <li>– Векторної оптимізації та методи її пошуку;</li> <li>– Теорія ігор в скінченновимірному просторі та прийняття економічних рішень у конфліктних ситуаціях;</li> <li>– Безкоаліційні ігри, оптимальні (рівноважні) ситуації, гарантовані рівноваги, змішані розширення безкоаліційних ігор;</li> <li>– Лідер в моделі колективних дій, кооперативна поведінка гравців;</li> <li>– Механізми колективного прийняття рішень;</li> <li>– Програмні оптимальні керування: принцип максимуму Понтрягіна, особливі оптимальні керування в двосекторній моделі економічного зростання, синтез оптимальних керувань, задача оптимальної стабілізації;</li> <li>– Безкоаліційні диференціальні ігри зі стратегіями у вигляді оберненого зв'язку (синтезу), рівноваги в умовах визначеності та невизначеності.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Маркетингова діяльність безпосередньо пов'язана із прийняттям рішень в умовах багатофакторної системи «підприємство-ринок», що характеризується наявністю множини агентів, кожен з яких може мати свою траєкторію поведінки, отже потребує навичок вирішення складних спеціалізованих задач та практичних проблем економічної сфери із використанням теорії ігор в контексті знань щодо економічної поведінки суб'єктів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здобувачі опановують дослідження економічних (маркетингових) проблем формально-математичними методами. Предметом дисципліни є моделі конфліктних економічних ситуацій та методи їх аналізу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Дисципліна «Теорія ігор та економічна поведінка» дає можливість майбутньому фахівцю опанувати інструментарій теорії ігор, застосовувати його для формалізації конфліктних соціально-економічних явищ і процесів у вигляді моделей, проводити дослідження моделей на основі принципів оптимальності, розшукувати розв'язки ігрових задач, формувати рекомендації щодо економічної поведінки учасників в конкретних конфліктних ситуаціях. Ігрові моделі розглядаються як в статичній, так і в динамічній постановці з різним ступенем невизначеності щодо умов економічної діяльності.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), РСО, навчальний матеріал для лекційних та практичних занять.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Управлінський облік в маркетинговій діяльності
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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



<b>Дисципліна</b>	<b>Аналіз структурованих та неструктурованих даних</b>
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Підходи до структуризації даних. Структуровані, неструктуровані та напівструктуровані дані. Формати даних. Моделі даних. Сховища даних;</li> <li>- Структура бази даних. Реляційні та нереляційні бази даних. СУБД MySQL. Мова SQL. Створення бази даних і таблиць. Типи даних. Вибірка даних. Оператор SELECT;</li> <li>- Редагування, оновлення, видалення даних. Групування даних. Робота з функціями. Процедури: створення, використання, редагування, видалення. Оператор розгалуження IF. Цикли;</li> <li>- Неструктуровані дані. Особливості роботи. Методи збору, фільтрації, аналізу;</li> <li>- Програмне забезпечення для роботи з неструктурованими даними.</li> </ul> <p>Сучасні тенденції та напрямки розвитку менеджменту даних та роботи зі структурованими та неструктурованими даними.</p>
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

Дисципліна	Брендінг особистості
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 таких кредитних модулях, як «Фундаментальний маркетинг», «Маркетинг в інформаційному суспільстві», «Товарна політика», «Бізнес-прогнозування» та потребує базових знань з маркетингу.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сутність і роль персонального бренду у суспільстві, що знаходиться на перетинах різних технологічних ер, у тому числі контексті кар'єрного розвитку, публічній діяльності та підприємництва.</li> <li>- Головні інструменти брендінгу особистості та принципи їх адаптації до конкретних осіб з метою їх перетворення на інфлюенсерів кон'юнктури.</li> <li>- Соціальний аспект і вплив бренду особистості на спільноти у короткостроковому та довгостроковому періоді, етичний аспект брендінгу особистості та управління репутацією бренду особистості.</li> </ul>
Чому це цікаво / треба вивчити	В умовах стрімкого розвитку явища ШІ, що дає змогу створити ідеальну реальність, особистість з її унікальним комплексом характеристик може перетворитися на перспективну економічну цінність, яку неможливо клонувати. Це вимагає налагодження ефективного процесу формування з цієї особистості бренду. З одного боку, бренд особистості перетворюється на інструмент страхування будь-якої економічної активності конкретної персони. Але, з іншого боку, потребує зваженого управління його репутацією, що занурює студентів у вивчення широкого кола міждисциплінарних питань.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Студент після вивчення дисципліни отримує наступні знання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- інструментів формування спільнот та основи фан-брендінгу;</li> <li>- забезпечення ефективної присутності бренду особистості в інформаційному просторі, зокрема управління цифровим слідом.</li> <li>- інструменти самопозиціонування та формування унікальної ціннісної пропозиції, індивідуальності та професійної експертності;</li> <li>- відмінностей між корпоративним та персональним трендом;</li> <li>- особливості управління репутацією та популярністю бренду особистості.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Вміння формувати бренд особистості відкриває для випускників широкий спектр кар'єрних можливостей як у вигляді співпраці з відомими персонами, артистами, співаками, представниками шоу-бізнесу, блогерами, політиками, так і побудови власного бренду особистості, що сприятиме суттєвому збільшенню рівня фінансових надходжень випускника на ринку працевлаштування або власної справи.
Інформаційне забезпечення	Дисципліна має інтерактиву онлайн-підтримку та дидактичне забезпечення на платформі дистанційного навчання «Сікорський», що базується на e-learning системі Moodle
Форма проведення занять	Лекції, практичні заняття, у тому числі з застосуванням інтерактивних методів навчання, онлайн-тестування, самостійна робота студентів із застосуванням дистанційного курсу та електронна звітність.
Семестровий контроль	Залік

Дисципліна	Тренінг «Лайф дизайн»
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 аудиторних години та 66 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Курс «Лайф-дизайн» не вимагає спеціальних початкових знань і підходить для всіх, хто хоче працювати над своїм життєвим і кар'єрним шляхом.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Самоаналіз і визначення цінностей.</li> <li>- Виявлення особистих сильних сторін та талантів.</li> <li>- Аналіз життєвих пріоритетів: кар'єра, здоров'я, стосунки, творчість тощо.</li> <li>- Методи створення життєвих сценаріїв (life prototyping).</li> <li>- Дизайн-мислення у житті та роботі.</li> <li>- Вміння адаптуватися до змін і мислити гнучко.</li> <li>- Реальні кейси та вправи для практичного застосування.</li> <li>- Тайм-менеджмент та баланс у житті.</li> <li>- Як будувати корисні знайомства?</li> <li>- Як спілкування впливає на успіх у житті?</li> <li>- Робота з енергією та мотивацією.</li> <li>- Методи відновлення сил і продуктивності.</li> <li>- Створення власної системи підтримки.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Курс «Лайф-дизайн» (Life Design) зазвичай орієнтований на особистісний розвиток, кар'єрне планування та створення гармонійного життя за власними правилами. Він базується на підході, що використовується у Стенфордському університеті, та допомагає знайти баланс між роботою, особистими цілями та задоволенням від життя.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вміння аналізувати власні цілі, цінності та сильні сторони. Готовність чесно оцінювати свої досягнення та помилки. Розуміння, як планувати свій день, тиждень або довгострокові цілі. Використання списків справ, планувальників або цифрових інструментів. Гнучке мислення та відкритість до нового. Усвідомлення, що «ідеального» життєвого плану не існує, і потрібно пробувати різні варіанти. Вміння спілкуватися та налагоджувати контакти з людьми. Бажання розширювати коло знайомств та вчитися у досвідчених людей. Розуміння принципу SMART (конкретні, вимірювані, досяжні, релевантні, обмежені у часі цілі). Вміння визначити короткострокові та довгострокові цілі.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Курс допомагає не просто вибрати професію чи сферу діяльності, а й розробити власний унікальний шлях, який принесе задоволення та розвиток у всіх сферах життя.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус дисципліни, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Тренінг «СММ»
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 аудиторних години та 66 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Учасники мають вміти користуватися комп'ютером або смартфоном, знати, як створювати облікові записи в соціальних мережах і працювати з ними, бажати засвоїти сучасні інструменти соціальних мереж для професійного чи особистого розвитку
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SMM як частина маркетингу;</li> <li>- Платформи для просування;</li> <li>- Стратегія SMM;</li> <li>- Побудова стратегії для індивідуального просування;</li> <li>- Побудова стратегії для бізнесу.</li> <li>- Візуалізація: генерування ідей для контенту;</li> <li>- Інструменти планування контенту;</li> <li>- Копірайтинг: база копірайтингу для соцмереж;</li> <li>- Tone of voice в соцмережах;</li> <li>- Таргетована реклама;</li> <li>- Метрики в SMM.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Соцмережі – місце, де бізнес комунікує з аудиторією. Доносить свої цінності, просуває продукти, формує команду та підсилює імідж. Однак для ефективної роботи бізнесу в соцмережах недостатньо знати лише те, як просувати допис чи зробити класний візуал. Потрібно орієнтуватись у маркетингу. Курс SMM дає комплексні знання з маркетингу в соціальних мережах. Формуємо не точкові рішення, а цілісний підхід до роботи: працюємо над SMM процесами та SMM мисленням.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студенти навчаються створювати ефективні маркетингові стратегії для різних соціальних мереж (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn тощо), аналізувати аудиторію та підбирати оптимальні канали комунікації. Написанню текстів для постів (копірайтинг); візуальному оформленню (робота з Canva, Photoshop); монтажу відео; створенню вірусного контенту та історій. Також студенти вчаться аналізувати метрики SMM: охоплення, залученість, конверсії, ефективність реклами та поведінку аудиторії. Використовують аналітичні інструменти, такі як Facebook Business Suite, Google Analytics тощо. Отримують навички таргетованої реклами, створенню ефективних рекламних кампаній. Студенти знайомляться з інструментами автоматизації (чат-боти, відкладені публікації) і слідкують за актуальними трендами у сфері digital-маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання та вміння у сфері SMM можна застосовувати у різних сферах: від кар'єри у digital-маркетингу до розвитку власного бренду чи бізнесу.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус дисципліни, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

## 6 семестр

Дисципліна	Економічна аналітика
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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>- Принципи, завдання, методи, види економічної аналітики</li> <li>- Використання інформації в економічній аналітиці, види, джерела, відкриті дані;</li> <li>- Економічна аналітика за видами економічної діяльності;</li> <li>- Описова, прогнозна та рекомендаційна аналітика: інструменти, моделі, шляхи оптимізації;</li> <li>- Візуалізація даних в економічній аналітиці, структурування, формулювання, презентація інформації, міжнародні стандарти ділового спілкування;</li> <li>- Аналітика бізнес-середовища;</li> <li>- Аналітика внутрішнього середовища підприємства;</li> <li>- Основи прийняття бізнес-рішень.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Бізнес як система потребує чіткої індикації своїх проявів, також необхідно через визначений набір показників зафіксувати та інтерпретувати стан зовнішнього середовища бізнес-діяльності, отже, здатність аналітично бачити своє підприємство в контексті свого ринку є базовою для фахівця з маркетингу
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення дисципліни дасть студенту: <ul style="list-style-type: none"> <li>- знання основних аналітичних моделей та методів;</li> <li>- знання принципів та підходів до аналізу ефективності провадження економічно, зокрема, маркетингової діяльності;</li> <li>- знання економічного підґрунтя для 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 інструментів економічної аналітики.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), методичні рекомендації, підручник, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Економетричні методи та моделі в маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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>- Основні аспекти економетричного моделювання;</li> <li>- Регресійний аналіз;</li> <li>- Аналіз часових рядів;</li> <li>- Панельний аналіз.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>Вивчення дисципліни дасть студенту:</p> <ul style="list-style-type: none"> <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>
Чому можна навчитися (результати навчання)	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
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, підручник, лекції
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Математична економіка
Кафедра, яка забезпечує викладання	Економічної кібернетики
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 знаннях, набутих під час вивчення дисциплін з вищої математики, теорії ймовірностей та матстатистики
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Понятійний апарат математичної теорії споживання;</li> <li>– Моделювання поведінки споживачів, порівняльна статика споживання;</li> <li>– Моделі поведінки виробників, порівняльна статика фірми;</li> <li>– Моделювання ціноутворення за умов монополії, моделювання поведінки дуополістів (загальний випадок), моделі дуополії Курно, Чемберліна, Штакельберга;</li> <li>– Математична теорія конкурентної рівноваги, моделі взаємодії виробників та споживачів та модель загальної рівноваги;</li> <li>- Односекторні нелінійні моделі економіки, класична модель ринкової економіки та модель Кейнса.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Майбутні фахівці з формування стратегії поведінки підприємства у складній економічній системі, якою є ринок, мають вміти аналізувати та інтерпретувати стани, динаміку, напрямки розвитку ринку через використання математичного апарату, що робить прийняття рішень стосовно стратегії підприємства обґрунтованим та змістовним.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Здобувачі будуть орієнтуватись у множині теоретичних, методичних і практичних питань щодо застосування різних математичних моделей економіки та методів оцінювання їх ефективності; застосування аналітичного та методичного інструментарію обґрунтування наслідків економічних рішень для різних економічних агентів, зокрема, для свого підприємства.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Передбачувати та прогнозувати поведінку споживачів на промисловому та споживчому ринках, розуміти економічне підґрунтя такої поведінки;</li> <li>- Прогнозувати та аналізувати результати економічної діяльності власного підприємства;</li> <li>- Моделювати та прогнозувати стан, динаміку та напрямки розвитку галузевого ринку, в межах якого працює підприємство.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), РСО, навчальний матеріал для лекційних та практичних занять.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Міжнародна економіка
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародної економіки
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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», «Економічна теорія», «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 курс, 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», «Економічна теорія», «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: <ul style="list-style-type: none"> <li>- методика аналізу міжнародного корпоративного бізнес середовища;</li> <li>- підходи до визначення структури та руху капіталу корпорацій; принципи організації комерційно-господарської та виробничої діяльності ТНК; оцінювання масштабів діяльності ТНК на основі переліку індексів;</li> <li>- основні положення нормативно-правового регулювання діяльності міжнародного корпоративного бізнесу; особливостям управління персоналом ТНК; основи побудови систем управління ТНК;</li> <li>- прогнозування тенденцій розвитку міжнародного корпоративного бізнесу в умовах глобалізації; принципи розробки стратегій успішного функціонування корпорацій за напрямками діяльності.</li> </ul>
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 міжнародного розвитку
Кафедра, яка забезпечує викладання	Міжнародної економіки
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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», знання з економіки
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: <ul style="list-style-type: none"> <li>- отримають навички з розуміння інтеграційних процесів, принципів та закономірностей розвитку форм та практики створення та функціонування Європейського Союзу;</li> <li>- 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.</li> </ul> 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	Бізнес-аналіз
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 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	Конкурентоспроможність підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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», «Промисловий маркетинг»
Що буде вивчатися	Дисципліна орієнтується на глибоке вивчення можливостей, а також різного роду ресурсів підприємства з метою побудови багатозарової 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 діагностик 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	Психологія бізнесу та конфліктологія
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 аудиторних години, 66 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання менеджменту, маркетингу, поведінки споживачів
Що буде вивчатися	Курс спрямований на формування професійних компетенцій необхідних для ефективної роботи маркетолога, який вміє розуміти психологію поведінки споживачів, управляти маркетинговими комунікаціями та вирішувати конфлікти у бізнес-середовищі
Чому це цікаво/треба вивчати	Психологія бізнесу відіграє ключову роль у створенні брендів, управлінні репутацією та формуванні лояльності клієнтів. Знання у сфері психології бізнесу та конфліктології необхідні для майбутніх маркетологів, оскільки допомагають зрозуміти психологічні чинники, що впливають на поведінку споживачів; роль емоцій в процесі прийняття споживчих рішень; застосування технік і прийомів психологічного впливу для підвищення продажів і ефективності маркетингових стратегій; природу виникнення конфліктних ситуацій, методи їх ефективного вирішення та використання як можливостей для подальшого розвитку; психологічні стратегії ведення переговорів, уникнення маніпуляцій і досягнення взаємовигідних результатів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Застосовувати теорії психології для аналізу поведінки споживачів, враховувати отримані результати при формуванні маркетингових стратегій;</li> <li>- Використовувати психологічні техніки і прийоми впливу в маркетинговій діяльності та ділових переговорах;</li> <li>- Використовувати ефективні стратегії управління конфліктами в бізнесі та маркетинговій діяльності;</li> <li>- Використовувати техніки активного слухання, аргументації та дебатів у ділових переговорах та маркетингових комунікаціях;</li> <li>- Ухвалювати обґрунтовані рішення у сфері маркетингу, враховуючи психологічні особливості бізнес-партнерів.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Знання та навички з цієї дисципліни дадуть студентам практичні інструменти, які допоможуть їм сформувати ефективну бізнес-модель, орієнтовану на психологію споживача. Розуміння психологічних механізмів прийняття рішень допоможе прогнозувати поведінку споживачів. Використання принципів емоційного впливу дозволить створювати ефективні рекламні кампанії. Аналіз мотивації клієнтів допоможе розробляти продукти, які найкраще задовольняють їх потреби. Вирішення конфліктів з клієнтами, колегами або бізнес-партнерами на основі психологічних методів дозволить забезпечити сталий розвиток бізнесу. Навички у сфері психології сприйняття сприятимуть розробці візуальної та вербальної комунікації бренду. Знання основ психології бізнесу допоможуть будувати ефективну роботу в маркетингових командах.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Трейд маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 курс, 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)	Сформулювати 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



Дисципліна	Брендінг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 освітніх компонентах, як «Фундаментальний маркетинг», «Маркетинг в інформаційному суспільстві», «Товарна політика», «Бізнес-прогнозування» та потребує базових знань з маркетингу.
Що буде вивчатися	Дисципліна знайомить студентів з базовими підходами до розробки на функціональному рівні айдентики бренду, його позиціонування, інтегрованих брендінгових комунікацій, особливостями збуту, цінової та товарної пропозиції. Дисципліна розглядає практичні аспекти брендінгу, що включає неймінг, графічні особливості розробки логотипу, елементів візуальної ідентичності та фірмового стилю бренду, закладає основу розуміння ключових елементів бренду. Значну увагу у дисципліні приділено психології сприйняття елементів бренду споживачами, дослідженню показників впізнання, пригадування, комплексу асоціацій, емоцій та сприйняття бренду.
Чому це цікаво / треба вивчити	Знання принципів брендінгу сприяє формуванню і зміцненню незалежності будь-якого економічного суб'єкта від кризових явищ, від зсуву зон прибутку на різних ринках, відкриває перспективи виходу на нові ринки. Тому на фахівців з брендінгу попит на вітчизняному та міжнародному ринку працевлаштування постійно зростає.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студент після вивчення дисципліни отримує наступні знання: <ul style="list-style-type: none"> <li>- етапів та складових брендінгу;</li> <li>- процесу формування вербальної та невербальної айдентики, а також принципи побудови архітектури бренду;</li> <li>- принципів розробки ключових елементів бренду (ідентичності, марки, цінностей, комплексу асоціації, т.ін.);</li> <li>- основних каналів брендінгових комунікацій, у тому числі в інформаційному суспільстві та метавесесвіті;</li> <li>- принципів створення ефективного контенту для брендінгових комунікацій;</li> <li>- особливості та принципи управління товарною, ціновою пропозиціями та збутовою системою бренду.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Вміння створювати бренди відкриває для випускників широкий спектр кар'єрних можливостей від роботи у рекламних агенціях і відділах маркетингу міжнародних корпорацій до заснування власної справи та фріланс-консалтингу з питань брендінгу.
Інформаційне забезпечення	Дисципліна має інтерактиву онлайн-підтримку та дидактичне забезпечення на платформі дистанційного навчання «Сікорський», що базується на e-learning системі Moodle
Форма проведення занять	Лекції, практичні заняття, у тому числі з застосуванням інтерактивних методів навчання, онлайн-тестування, самостійна робота студентів із застосуванням дистанційного курсу та електронна звітність.
Семестровий контроль	Залік



Дисципліна	Аналіз і візуалізація даних
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	3 курс, 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 2022)

## 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 курс, 7 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 курсами: «Математика для економістів», «Основи програмування», бажано знання за курсом «Програмне забезпечення маркетингу»
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"><li>- Що таке Big Data і яка роль маркетолога при роботі з великими даними; ключові поняття науки про дані (DataScience), її застосування у маркетингу;</li><li>- Мова програмування R: базові поняття;</li><li>- Ключові особливості роботи з програмним середовищем RStudio – від встановлення на комп'ютер до вирішення маркетингових завдань із застосуванням спеціалізованих пакетів (R Packages);</li><li>- Використання GitHub та Git при роботі з RStudio, особливості роботи із модулем "VersionControl".</li></ul>
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	<ul style="list-style-type: none"><li>- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях та використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</li><li>- Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу, коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу, використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</li></ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Контент-маркетинг та креативне письмо
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 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	Бажані знання з курсу «Маркетинг»
Що буде вивчатися	Дисципліна охоплює теоретичні основи та практичні аспекти створення й поширення креативного контенту для залучення й утримання цільової аудиторії. Вивчатимуться основи контент-маркетингу, техніки креативного письма і сторітелінгу, формати контенту, а також використання AI та автоматизації у створенні контенту.
Чому це цікаво/треба вивчати	Контент-маркетинг є ключовим елементом сучасної маркетингової комунікації, що дозволяє брендам не лише рекламувати свої продукти, а й будувати довгострокові відносини з аудиторією. Опанування навичок створення якісного та ефективного контенту допоможе здобувачам розвинути креативне мислення, адаптуватися до цифрового середовища й ефективно працювати як в сфері маркетингу, так і в медіакомпаніях.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студенти здобудуть знання про ключові принципи контент-маркетингу, стратегічне планування контенту, методи написання переконливих текстів, аналіз ефективності контент-кампаній. Вони навчатимуться створювати якісний текстовий, візуальний і мультимедійний контент, адаптований до різних платформ і форматів.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам працювати в сфері маркетингу, медіа та PR, створювати ефективні контент-стратегії для бізнесу, керувати комунікаційними проєктами, аналізувати поведінку аудиторії, застосовувати AI та автоматизацію для оптимізації контенту. Вони зможуть розробляти та впроваджувати маркетингові кампанії, що сприятимуть підвищенню впізнаваності бренду та формуванню лояльності споживачів.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), матеріали лекційних і практичних занять надаються здобувачам під час вивчення дисципліни у дистанційному курсі.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Програмування із використанням R
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 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 математики, основ програмування, програмного забезпечення маркетингу
Що буде вивчатися	Мова програмування R: базові поняття, переваги і недоліки застосування, історія виникнення і розвитку; особливості роботи з програмним середовищем RStudio; Використання GitHub та Git при роботі з RStudio, робота із модулем "VersionControl"; вирішення маркетингових завдань із застосуванням спеціалізованих пакетів, зокрема, ahp, bnlearn, corrplot; особливості інтерпретації результатів отриманих при використанні RStudio.
Чому це цікаво/треба вивчити	Однією з ключових переваг мови програмування R є наявність великої кількості професійних пакетів для роботи з даними, які дають змогу вирішувати цілу низку маркетингових завдань. Ця мова програмування часто застосовується і при проведенні наукових досліджень. Програмний пакет RStudio є зручним середовищем для програмування і візуалізації даних, яким користуються спеціалісти з усього світу. GitHub та Git є актуальними інструментами із широким функціоналом, що значно розширює можливості фахівця. Спеціаліст зі знанням мови програмування R, інструментів RStudio, GitHub та Git буде конкурентоспроможним на ринку праці.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати базові поняття, переваги і недоліки застосування, історію виникнення і розвитку мови програмування R, алгоритми проведення аналізу даних у RStudio із використанням R та спеціалізованих пакетів, особливості застосування інструментів GitHub та Git. Уміти застосовувати мову програмування R при вирішенні маркетингових завдань, користуватися програмним середовищем RStudio і пакетами, зокрема, ahp, bnlearn, corrplot, використовувати GitHub та Git, використовувати модуль "VersionControl".
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями (компетентності)	Здобувачі зможуть: - використовувати інформаційні та комунікаційні технології; - коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу; - проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності; - використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
Інформаційне забезпечення	Робоча програма навчальної дисципліни (силабус), лекції та допоміжні матеріали навчального характеру (довідкова інформація)
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 курс, 7 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 «Продаж та управління продажем» базується на знаннях з поведінки споживачів.
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 профілюючою 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

Дисципліна	Креативний маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 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 таких курсів: маркетинг, економіка, бізнес-комунікації, бажано мати уявлення про маркетингові комунікації
Що буде вивчатися	Підвищення ефективності діяльності підприємства можливе лише за умови застосування нестандартних підходів до бізнесової діяльності, у т.ч. її маркетингової частини. У свою чергу це потребує опанування і розвитку у керівників і маркетологів технологій креативного мислення, вивчення основних категорій креативності; ознайомлення з методиками інтеграції креативності, алгоритмами реалізації інноваційних підходів та набуття практичних навичок.
Чому це цікаво/треба вивчати	У сучасних умовах функціонування підприємства стандартні підходи до його управління вичерпали свої резерви. Креативний маркетинг розширює діапазон бачення проблем і проектування варіантів їх вирішення; дозволяє визначити нові перспективи розвитку; знайти резерви удосконалення системи маркетингових досліджень, сегментування, формування товарної пропозиції, цінової політики та каналів розповсюдження. Особливого значення у креативному маркетингу набуває пошук інноваційних підходів до комунікацій з контрагентами ринку та інструментів просування товарів і послуг підприємства.
Чому можна навчитися (результати навчання)	У межах навчальної дисципліни можна вивчити такі питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>- сутність креативності у бізнесі;</li> <li>- сучасні види креативного маркетингу;</li> <li>- соціальна психологія різних сегментів і креативний маркетинг;</li> <li>- використання нейромаркетингу у креативному маркетингу;</li> <li>- креатив у реалізації різних концепцій маркетингу;</li> <li>- креативність і амбієнт маркетинг;</li> <li>- нові можливості креативності у діджитал маркетингу;</li> <li>- івент-маркетинг на основі креативного маркетингу;</li> <li>- креативний маркетинг як основа підвищення конкурентоспроможності компанії.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Студент зможе використовувати отримані знання для розвитку творчого підходу до втілення тієї концепції маркетингу, яка найкраще відповідає актуальній ситуації на ринку. На основі отриманих знань під час опанування курсів, що передували вивченню креативного маркетингу, студент навчиться більш глибоко розуміти їх різні теоретичні аспекти і знайде нові можливості їх креативного розвитку і ефективного застосування на практиці.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус (робоча програма дисципліни), інформаційно-лекційне забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Штучний інтелект в маркетингу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 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	Бажані знання з маркетингу
Що буде вивчатися	Дисципліна охоплює теоретичні та практичні аспекти використання технологій штучного інтелекту (ШІ) в маркетинговій діяльності. Вивчатимуться основи ШІ та машинного навчання, персоналізація маркетингових кампаній, аналіз даних, чат-боти та голосові асистенти, створення контенту за допомогою інструментів ШІ, а також етичні аспекти використання штучного інтелекту в маркетингу.
Чому це цікаво/треба вивчати	Штучний інтелект суттєво змінює маркетингову сферу, дозволяючи підвищити ефективність комунікацій, персоналізувати взаємодію з клієнтами та автоматизувати рутинні процеси. Розуміння ШІ-технологій допоможе здобувачам адаптуватися до цифрової трансформації ринку та ефективно використовувати інноваційні інструменти у професійній діяльності.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Студенти здобудуть сучасні знання про ШІ-технології, навчатися використовувати ШІ-платформи для професійної діяльності. Здобувачі отримають навички роботи з чат-ботами, голосовими помічниками. Вони отримають навички щодо генерації персоналізованого креативного контенту та аналізу даних із використанням ШІ-інструментів.
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Набуті знання дозволять студентам працювати в сфері цифрового маркетингу, аналітики, застосовувати ШІ для автоматизації маркетингових процесів, підвищувати ефективність реклами, створювати персоналізований контент та покращувати клієнтський досвід. Вони зможуть працювати як у компаніях, що використовують ШІ у маркетингу, так і впроваджувати ШІ у власні бізнес-проекти.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), матеріали лекційних і практичних занять надаються здобувачам під час вивчення дисципліни у дистанційному курсі.
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Логістика в системі маркетингу підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Яке місце займає логістика в системі маркетингу</li> <li>- Що таке маркетингова логістика.</li> <li>- Логістичні аспекти дистрибуції</li> <li>- Логістичні аспекти категорійного менеджменту</li> <li>- Умови постачання за INCOTERMS-2020</li> </ul>
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 всі більшого значення набуває маркетингова логістика. Взаємозв'язок маркетингу та логістики стає важливим фактором конкурентоспроможності підприємств в більшості галузей економіки.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сформувані компетенції, навички та знання щодо логістики в системі маркетингу;</li> <li>- Знання місця логістики в системі маркетингу;</li> <li>- Знання логістичних аспектів дистрибуції;</li> <li>- Знання логістичних аспектів категорійного менеджменту;</li> <li>- Знання умов постачання INCOTERMS-2020</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Здатність розробляти схеми товароруху в каналах розподілу продукції;</li> <li>- Здатність використовувати методи аналізу асортиментних груп для підвищення ефективності товароруху;</li> <li>- Здатність обирати економічно доцільні умови постачання</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), лекції у вигляді презентацій та допоміжні матеріали
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Маркетинг персоналу
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 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	Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання з фундаментального маркетингу та менеджменту
Що буде вивчатися	Поєднання маркетингу і управління персоналом з метою залучення, утримання та розвитку талановитих працівників для сталого розвитку підприємства.
Чому це цікаво/треба вивчати	Цікаво дізнатися про застосування маркетингового підходу, методик та інструментарію в управлінні персоналом. Поєднує теоретичні знання з практичними навичками, націленими на побудову ефективного залучення та утримання талановитих співробітників.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Маркетинговий підхід в роботі з персоналом підприємства задля забезпечення сталого розвитку підприємства. Взаємозв'язок маркетингу персоналу та внутрішнього маркетингу підприємства;</li> <li>- Брендинг роботодавця – як створювати та просувати репутацію компанії як привабливого місця для роботи;</li> <li>- Маркетинг кандидатів – стратегії залучення талановитих працівників через різні канали, включаючи соціальні мережі, онлайн-платформи, кар'єрні ярмарки та інші ресурси;</li> <li>- Цифровий маркетинг у HR – використання онлайн інструментів і платформ для досягнення HR цілей, таких як таргетована реклама та маркетинг через контент.</li> <li>- Залучення талантів через соціальні мережі – як ефективно використовувати соціальні мережі для знаходження кандидатів;</li> <li>- Аналіз ефективності HR маркетингу – як виміряти успішність маркетингових кампаній, проводити аналітику результатів і коригувати стратегії;</li> <li>- Кандидатський досвід – покращення досвіду кандидатів на всіх етапах рекрутингу та створення позитивного іміджу компанії;</li> <li>- Комунікація та залучення – стратегії взаємодії з потенційними кандидатами, організація заходів для побудови взаємодії і підтримки інтересу до компанії.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Студент який опанував цей курс зможе розумітися та ефективно використовувати сучасні підходи взаємодії підприємств з талановитими співробітниками, а також бути ефективним і конкурентоспроможним менеджером у сфері внутрішнього маркетингу та HR персоналу.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять, рольові ігри, банк розроблених студентами стандартів
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Маркетинг у крос-культурному середовищі
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (54 годин аудиторних занять, 66 години СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання з маркетингу, поведінки споживачів, бажані знання з маркетингової політики просування та особливостей ведення бізнесу у різних країнах, особливостей ділового протоколу та етикету у міжнародному бізнесі
Що буде вивчатися	Курс спрямований на формування системи знань про крос-культурний підхід до ведення бізнесу в сучасних умовах глобалізації для підвищення ефективності маркетингової діяльності та застосування отриманих знань на практиці
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасний стан розвитку та глобалізації економіки характеризується значним посиленням конкурентної боротьби. Саме тому знання маркетингу крос-культурного середовища необхідні для роботи в компаніях, де персонал і клієнти є представниками різних культур. Компанії виходять на нові ринки, і маркетингологам потрібно враховувати відмінності у поведінці споживачів у різних країнах. Світові бренди адаптують свої продукти, рекламу та комунікаційні стратегії до культурних особливостей конкретних країн, у яких планують відкривати свої представництва. Дисципліна допоможе зрозуміти, як правильно локалізувати продукти та рекламу, щоб вони відповідали очікуванням споживачів при міжкультурних контактах в сучасному глобалізованому суспільстві.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням кросфункціонального характеру її реалізації;</li> <li>- Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів у сфері маркетингу;</li> <li>- Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з суб'єктами ринку;</li> <li>- Формувати особливості міжкультурної комунікації в умовах глобалізації;</li> <li>- Вміти формувати міжкультурні особливості ведення міжнародного бізнесу;</li> <li>- Аналізувати як релігія, традиції, соціальні норми та навіть клімат впливають на купівельні переваги споживачів.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Студент зможе бути ефективним і конкурентоспроможним до адаптації в міжособистісній взаємодії, розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків, зрозуміти глобальне конкурентне середовище при маркетингових дослідженнях зарубіжних ринків з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. Знання крос-культурного маркетингу відкриває можливості для роботи у міжнародних компаніях, рекламних агентствах. Уміння адаптувати маркетингові стратегії до різних культур є суттєвою конкурентною перевагою на сучасному ринку праці. Вивчення дисципліни допоможе студентам розвинути гнучкість мислення, комунікативні навички та глобальне бачення бізнесу.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

## 8 семестр

Дисципліна	Бізнес-планування
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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», 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	Нейромаркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 8 семестр
Обсяг дисципліни та розподіл годин аудиторної та самостійної роботи	4 кредити ЄКТС (36 години аудиторних занять, 84 годин СРС)
Мова викладання	Українська
Вимоги до початку вивчення	Знання з маркетингу, поведінки споживачів, бажано знання із психології.
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Історія становлення та розвитку нейромаркетингу;</li> <li>- Когнітивна психологія, нейрофізіологія та маркетингова складова нейромаркетингу; біологічні механізми нейромаркетингу: візуальні, аудіальні, кінестетичні, механізми реагування на запах, смаковий маркетинг;</li> <li>- Використання складових нейромаркетингу у бізнес-процесах;</li> <li>- Інструменти, заходи, алгоритми нейромаркетингу;</li> <li>- Розроблення стратегії і тактики нейромаркетингу;</li> <li>- Контроль реалізації програми нейромаркетингу.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	Сучасних маркетологів цікавить можливість дізнатися про реакцію споживача на маркетингові стимули безпосередньо від нього, не проводячи опитувань, які мають свої вади, що робить їх неточним інструментом отримання інформації. Нейромаркетинг більш точно може сказати, як саме сприймають маркетинговий стимул споживачі, використовуючи неусвідомлені психофізіологічні реакції, як от мікрорухи очей, мікроміміку, зчитування інших невербальних сигналів. Також нейромаркетинг може використовувати психофізіологічні механізми організму людини для формування бажаних реакцій споживача. Його інструменти є більш точними, ніж інструменти традиційного маркетингу у досягненні поставленої мети.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Розуміти природу нейромаркетингу, аналізувати можливості та алгоритми застосування нейромаркетингу в діяльності маркетолога відповідно до специфіки ринку та товару, розробляти заходи нейромаркетингу в межах маркетингових досліджень та під час розроблення маркетингової програми,
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оцінювати маркетингові заходи за допомогою інструментів нейромаркетингу;</li> <li>- Планувати та розробляти маркетингові комунікації, враховуючи підсвідому реакцію споживачів, що базується на нейропсихофізіологічних механізмах, а також проводити ринкові дослідження за допомогою інструментів нейромаркетингу.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), РСО, навчальний матеріал для лекційних та практичних занять.
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Паблік рилейшнз
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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	Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання з таких дисциплін, як маркетинг, бізнес-комунікації, поведінка споживача, маркетингова політика просування, бажані знання з брендінгу
Що буде вивчатися	Курс спрямований на формування системи знань про основи регулювання суспільних відносин та процесу розробки стратегічних наборів паблік рилейшнз, сучасні особливості в діяльності паблік рилейшнз, закони створення позитивного іміджу фірми та особистості, PR-інструментарій, практичні навички формування у співробітників корпоративної культури.
Чому це цікаво/треба вивчати	Курс спрямований на вивчення інструментарію паблік рилейшнз, дослідження громадської думки, набуття навичок роботи з громадськістю та навичок управління процесом паблік рилейшнз. Український PR молода сфера професійних послуг, яка за десяток років існування пройшла значний шлях розвитку – від виокремлення PR як самостійного маркетингового інструменту до усвідомлення необхідності PR при плануванні будь-якої бізнес-діяльності. Стрімкий розвиток Інтернет комунікацій, соціальних медіа надає підґрунтя для прогнозів зростання ринку комерційного PR та гострої потреби у фахівцях.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Працювати в команді та сприймати різноманітність та міжкультурні відмінності; застосовувати знання з паблік рилейшнз у професійній діяльності в сучасних організаціях як відкритих соціально-економічних системах;</li> <li>- Творчо і нестандартно мислити;</li> <li>- Організовувати процес комунікації в організації, володіти прийомами і методами міжособистісних комунікацій;</li> <li>- Передбачати, аналізувати та інтерпретувати громадську думку та взаємодіяти з громадськістю;</li> <li>- Знати специфіку національного ринку та проблематику в цілому, оперативно реагувати на запити клієнтів.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Знання принципів та законів паблік рилейшнз дозволить використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, здійснювати різні форми ділового спілкування, переконувати, впливати, полемізувати, вести практичні дискусії у сфері маркетингу. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Електронна комерція
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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: <ul style="list-style-type: none"> <li>- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;</li> <li>- 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;</li> <li>- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</li> </ul>
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 дає можливість 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	Аджайл-маркетинг (Agile-маркетинг)
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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	Передумовою вивчення навчальної дисципліни є знання з таких дисциплін, як маркетинг, поведінка споживача, бажано також мати знання з маркетингу інновацій, міжнародної економіки, маркетингу соціальних мереж, діджитал маркетингу
Що буде вивчатися	Курс спрямований на вивчення Agile методик щодо стратегій прийняття швидких рішень у реальному часі, враховуючи практики, цінності і принципи засвоєння теоретичних та практичних основ побудови, розвитку та управління системою маркетингу підприємства, системного управління маркетинговими функціями підприємства та принципами масштабування продажів та ролі автоматизації.
Чому це цікаво/треба вивчати	Динамічне сьогодення диктує нові вимоги, тому саме принципи Agile маркетингу стають актуальними та затребуваними. Курс надасть можливість зрозуміти необхідність постійного вивчення клієнта та аналітики, необхідність гнучкості планування замість жорстких графіків, навчить поєднувати адаптивні підходи із традиційними практиками маркетингу, застосовувати концепції agile-методів, орієнтувати на сучасний маркетинг і досвід клієнта, швидко просувати та постачати результати на різних етапах реалізації бізнес-проектів, використовувати фактори гнучкого маркетингу де люди і взаємодія важливіші процесів та інструментів, працюючий продукт важливіший вичерпної документації, співпраця важливіша за узгодження умов контракту, а готовність до змін важливіше за реалізацію попередніх планів.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Після вивчення курсу студент буде здатним: <ul style="list-style-type: none"> <li>- використовувати Agile-методологію управління проектами, яка спирається на постійну взаємодію і співробітництво, скорочує ризик невиконання проектів, підвищує рентабельність і допомагає підвищити задоволеність клієнтів;</li> <li>- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;</li> <li>- визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	При використанні Agile-методології особлива увага приділяється ітераціям і співпраці, вона сприяє взаємодії між зацікавленими сторонами і підвищенню прозорості даних протягом усього життєвого циклу бізнес-проекту. Це допомагає маркетологам адаптуватися до змін та прогнозувати явища і процеси у маркетинговому середовищі по мірі виконання бізнес-проекту, використовувати стратегії гнучкого маркетингу, підвищувати рентабельність і передбачуваність результатів бізнес-проекту
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус, РСО, роздатковий матеріал для супроводу лекцій і практичних занять
Вид семестрового контролю	Залік



Дисципліна	Бізнес-моделі підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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», «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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знати базові поняття, переваги і недоліки застосування;</li> <li>- Історію виникнення і розвитку бізнес-моделювання;</li> <li>- Алгоритми проведення аналізу бізнес-моделей із використанням спеціалізованих програмних засобів;</li> <li>- Особливості застосування інструментів бізнес-моделювання.</li> </ul>
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



Дисципліна	Холістичний маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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 курсів маркетингу, економіки, менеджменту, складових комплексу маркетингу.
Що буде вивчатися	У межах дисципліни вивчатимуться принципи та підходи до реалізації холістичного маркетингу, а також інструменти його практичного втілення як системи, яка об'єднує чотири елементи: маркетинг взаємовідносин, маркетинг-мікс, внутрішній маркетинг і соціально-етичний маркетинг. Курс розкриває сутність концепції холістичного маркетингу та досягнення передових маркетингових практик в Україні та європейських країнах, завдяки чому стимулює наукові дискусії серед студентів, як і пошуки нових теоретичних і прикладних аспектів застосування досягнень європейського холістичного маркетингу в Україні.
Чому це цікаво/треба вивчати	Холістичний маркетинг є концепцією, яка змінює маркетингову концепцію діяльності підприємств на розвинених ринках. В умовах жорсткої конкуренції будувати міцні відносини із партнерами, споживачами, посередниками тощо – запорука стратегічної стабільності компанії, і основним середовищем взаємодії є цифрове, коли обмін інформацією, здійснення транзакцій, товарно-грошовий обмін відбувається онлайн. Побудова міцних і надійних взаємовідносин між усіма названими учасниками товаро-обмінних процесів (у т.ч. й у цифровому середовищі) – не просто тенденція, а нова реальність, у якій немає альтернативи.
Чому можна навчитися (результати навчання)	В межах навчальної дисципліни можна вивчити такі питання: <ul style="list-style-type: none"> <li>- сутність холістичного маркетингу та його кращі практики;</li> <li>- зовнішні чинники поширення холістичного маркетингу в Україні;</li> <li>- передумови створення системи холістичного маркетингу на підприємстві;</li> <li>- інтегрований маркетинг у системі холістичного маркетингу;</li> <li>- роль внутрішнього маркетингу у формуванні маркетингової системи;</li> <li>- маркетинг взаємовідносин у системі холістичного маркетингу;</li> <li>- соціальна відповідальність холістичного маркетингу;</li> <li>- стратегія компанії в рамках концепції холістичного маркетингу;</li> <li>- тактика виходу на зарубіжні ринки на принципах холістичного маркетингу.</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	Студент зможе використовувати отримані знання для розуміння і формування системи холістичного маркетингу на основі глибокого розуміння сутності та ролі усіх його складових, що посилює стратегічні переваги підприємства на ринку в контексті його довгострокових цілей.
Інформаційне забезпечення дисципліни	Силабус (робоча програма дисципліни), інформаційно-лекційне забезпечення
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Стандартизація та сертифікація маркетингової діяльності
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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» та «Маркетингові дослідження»
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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розуміти систему сертифікації та відповідності</li> <li>- Розуміти принципи та порядок сертифікації товарів та послуг</li> <li>- Знати та використовувати світові, регіональні та державні стандарти в практичній діяльності</li> <li>- Розуміти як функціонують систем оцінки якості, як вони впроваджуються в маркетингову діяльність</li> </ul>
Як можна користуватися набутими знаннями і вміннями	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Впроваджувати підходи та інструменти оцінювання якості товарів та послуг, впроваджувати системи сертифікації та стандартів у маркетингову діяльність підприємства;</li> <li>- Розуміти ринки інформаційних ресурсів і особливостей їх використання для вирішення завдань маркетингу в сфері стандартизації та сертифікації;</li> <li>- Встановлювати, вимірювати та трактувати показники, що визначають ефективність впровадження стандартів маркетингової діяльності.</li> </ul>
Інформаційне забезпечення дисципліни	Робоча програма дисципліни (силабус), наочні матеріали (презентація PowerPoint), навчально-методичний комплекс
Вид семестрового контролю	Залік

Дисципліна	Соціально-відповідальний маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання	Промислового маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс, семестр	4 курс, 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	Базові знання за курсом маркетингу
Що буде вивчатися	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Основи соціально-відповідального маркетингу;</li> <li>- Принципи етики та сталого розвитку в маркетингу;</li> <li>- Взаємодія брендів із соціальними ініціативами;</li> <li>- Інструменти соціально-відповідальних маркетингових кампаній;</li> <li>- Вивчення ефективності соціальних кампаній та впливу на репутацію бренду;</li> <li>- Психологія споживачів та вплив соціальної відповідальності підприємств на них;</li> <li>- Стратегії комунікації для підтримки соціальних ініціатив.</li> </ul>
Чому це цікаво/треба вивчати	<p>Вивчення дисципліни дасть студенту можливість зрозуміти важливість соціальної відповідальності в сучасному бізнес-середовищі. Знання принципів соціально-відповідального маркетингу дозволить студентам створювати такі маркетингові стратегії, що відповідатимуть соціальним потребам та екологічним стандартам, а також формувати імідж компанії, що підтримує сталий розвиток, підвищувати конкурентоспроможність підприємства за рахунок інтеграції соціально-відповідальних аспектів у діяльність.</p>
Чому можна навчитися (результати навчання)	<p>Розробляти та впроваджувати соціально-відповідальні маркетингові стратегії, які враховують сучасні соціальні, екологічні та етичні вимоги. Окрім цього, оцінювати вплив соціальних ініціатив на бізнес, зокрема, на репутацію компанії та лояльність споживачів. Студенти зможуть інтегрувати принципи сталого розвитку в маркетингові кампанії, розуміючи, як це впливає на конкурентоспроможність підприємства.</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 (силабус), методичні рекомендації, лекції
Вид семестрового контролю	Залік