

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до навчального плану

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг
Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень
Спеціалізація Маркетинг
Освітня програма Бакалавра
Форма навчання денна, заочна
Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання 240 кредитів ЄКТС, 3 роки 10 міс.
Навчальний план, затверджений Вченою радою 30 серпня 2016 року протокол № 7.

(дата та номер протоколу)

Відповідність вимогам стандарту вищої освіти (в разі наявності) стандарт відсутній

Відповідність вимогам професійного стандарту (в разі наявності) стандарт відсутній

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання: наявність повної загальної середньої освіти

- сертифікати Українського центру оцінювання якості освіти (ЗНО) : (1) українська мова і література; 2) історія України; 3) іноземна мова або математика або географія)
- заява на ім'я ректора університету;
- атестат про середню освіту;
- медична довідка форма 086-У;
- вимоги до вступників: (бажання працювати закордоном; бажання працювати на державній службі; інтерес до економіки, менеджменту і маркетингу; готовність здійснювати наукові дослідження та формувати їх результати; бажання будувати кар'єру у сфері менеджменту і маркетингу).

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
I. Цикл загальної підготовки		
1.1. Обов'язкові дисципліни		
Здатність до розуміння базових історичних категорій та концепцій, які описують фундаментальну природу історичного процесу. Визначати головні етапи розвитку історичної думки та її основні досягнення; визначати базові історичні методи. Використовувати історичну спадщину для формування основ	Уміння визначати соціально-культурні цінності та норми, створені в процесі розвитку суспільства. Застосовувати знання та вміння щодо специфіки логічного мислення та наукового пізнання у процесі професійного вдосконалення.. Творчо та креативно мислити; критично оцінювати якість інформації.	Історія України

<p>світогляду. Здатність до усвідомлення базових засад соціального буття, закономірностей історичного процесу. Визначати соціально-культурні цінності та норми, створені в процесі розвитку суспільства. Застосовувати знання та вміння щодо специфіки логічного мислення та наукового пізнання у процесі професійного вдосконалення. Творчо та креативно мислити; критично оцінювати якість інформації.</p>		
<p>Визначати соціально-культурні цінності та норми, створені в процесі розвитку суспільства. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань.</p>	<p>Уміння визначати соціально-культурні цінності та норми, створені в процесі розвитку суспільства. Уміння свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань.</p>	<p>Історія української культури</p>
<p>Здатність до усної та письмової професійної комунікації українською мовою.</p>	<p>Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні. Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації українською мовою.</p>	<p>Українська мова (за професійним спрямуванням)</p>
<p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. Здатність до креативного та критичного мислення. Здатність свідомо та соціально-відповідально діяти на основі етичних міркувань.</p>	<p>Знати основні філософські течії та напрямки та їх історичний, концептуальний та методологічний зміст; основні філософські категорії, концепції та їхній методологічний потенціал для вирішення проблемних питань гуманітарних та природничих наук. Вміти застосовувати концептуально-методологічні знання про сутність природних і суспільних явищ для аналізу проблем в тій чи іншій галузі науки; застосовувати концептуально-методологічні принципи для пізнання явищ в тій чи іншій сфері науки.</p>	<p>Філософія</p>
<p>Спроможність застосовувати досягнення сучасної науки в ході процесу фізичної</p>	<p>Вміння організації фізкультурно-оздоровчої і спортивної роботи; Сформовані навички в плануванні самостійних занять;</p>	<p>Фізична культура</p>

підготовки.	Володіння методикою проведення самостійних тренувальних занять Застосування знань та практичних навичок організації різних видів рухової активності з метою оздоровлення.	
1.2. Вибіркові дисципліни		
Здатність до усної та письмової професійної комунікації англійською мовою.	Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні. Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації англійською мовою.	Іноземна мова II (англійська)
Розуміння основних положень Конституції України, Кодексу законів про працю України, рішень Конституційного Суду України, постанов Пленуму Верховного Суду України з питань застосування трудового законодавства, а також стану судової практики; знання предмету, методів, системи і принципів трудового права, змісту його основних інститутів; володіння змісту колективного договору й угод, трудового договору; розуміння правових механізмів регулювання і забезпечення трудових відносин; розуміння порядку розгляду спорів, що виникають між суб'єктами трудового права.	Вміти правильно визначати характер і зміст правовідносин у сфері праці; точно тлумачити зміст правової норми; правильно застосовувати нормативний матеріал до конкретних трудових відносин; вміло тлумачити чинне трудове законодавство, колективні угоди, колективні договори, трудові договори й контракти; надавати проведеній роботі належної форми (письмове рішення, складання документа тощо); вміло аналізувати тенденції юридичної практики та оцінювати їх з точки зору відповідності законодавству.	Трудове право
Розуміння предмету, методу і системи підприємницького права; володіння основними проблемами науки підприємницького права; знання суб'єктів господарювання та їх організаційно-правові форми діяльності; розуміння правової характеристики корпоративних відносин; знання основних	Вміти використовувати отримані знання в практичній діяльності; вільно орієнтуватися в системі нормативно-правових актів, якими регламентуються відносини у сфері підприємництва; аналізувати та коментувати відповідні нормативні положення; прогнозувати напрямки здійснення реформ у зазначеній сфері; логічно викладати матеріал та аргументовано доводити свою думку у вирішенні практичних ситуацій; користуватися сучасною науковою та спеціальною	Підприємницьке право

<p>принципів господарської діяльності; розуміння відповідальності за правопорушення у сфері підприємництва; володіння засобами державного регулювання підприємницької діяльності; знання особливостей правового регулювання в окремих сферах господарювання.</p>	<p>літературою, іншими інформаційними джерелами</p>	
<p>Засвоєння студентами теоретичних знань з системного аналізу інформаційних систем як методологічної основи аналізу та моделювання складних економічних систем для розв'язування інформаційних проблем в них та розвиток навиків використання практичних методологій системного аналізу</p>	<p>Уміння проводити декомпозицію, аналіз і синтез систем; уміння проводити при обстеженні об'єкта управління збір та систематизацію даних про об'єкт та його діяльність; уміння застосування системного підходу уміння застосування методологій та методів системного аналізу уміння застосування моделювання в процесі дослідження та розв'язання інформаційних проблем складних об'єктів різного рівня агрегування. уміння проектувати складні ієрархічні системи; уміння самостійно опанувати нові методи та технології аналізу складних ієрархічних систем.</p>	<p>Основи теорії систем і системного аналізу</p>
<p>Ознайомлення з особливостями одержання і галузями ефективного використання різноманітної продукції, що виробляється в Україні; формування у студентів технологічного мислення; надання теоретичних знань з основ техніки, побудови виробничих і технологічних процесів та їх класифікації; вивчення основних техніко-економічних показників, раціональної організації виробничих процесів; навчання студентів аналізувати ефективність впровадження різних технологій у виробничий</p>	<p>Здатність здійснювати аналіз і економічну оцінку технічних рішень і базових технологій у галузях, які визначають науково-технічний прогрес; Здатність приймати рішення з розробки стратегії та технологічного оновлення виробництва, з проектування та забезпечення ефективного функціонування технологічних процесів; Уміння систематизувати та використовувати базову, керуючу і довідкову інформацію, необхідну для прийняття рішень з технологічного оновлення виробництва.</p>	<p>Системи технологій</p>

процес, давати техніко-економічну оцінку як окремих технологічних процесів, так і певних виробництв.		
Здатність розуміти сутність бізнес-плану та його основні різновиди; типову структуру бізнес-плану; володіння навиками щодо стилю написання бізнес-плану; визначати основні показники оцінки ефективності бізнес-плану; застосовувати методи оцінювання ризиків при бізнес-плануванні.	Уміння складати план маркетингової, виробничої, організаційної та фінансової діяльності як структурні елементи бізнес-плану; моделювати грошові потоки від реалізації бізнес-плану; оцінювати ефективність та ризики бізнес-плану на основі прогнозних грошових потоків; застосовувати сучасні програмні засоби для автоматизації фінансово-економічних розрахунків при бізнес-плануванні.	Бізнес-планування
Сформувати у студентів систему теоретичних знань щодо планування маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, методичних та організаційних засад використання	Уміння застосовувати стратегії маркетингу на сучасному підприємстві; Здатність розробляти ефективні стратегії розвитку підприємства; Уміння планувати та контролювати маркетингову діяльність.	Маркетингове планування
II. Цикл професійної підготовки		
2.1. Обов'язкові дисципліни		
Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері економіки та у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність до креативного та критичного мислення. Здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач. Здатність використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування економічних рішень.	Знати теоретичні положення основних розділів математики; аспекти використання теоретичних положень до вирішення конкретних економічних проблем. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.	Вища та прикладна математика
Вміння застосовувати статистичні методи для	Уміння визначати ймовірності складних подій; аналізувати	Статистика

<p>обробки економічних досліджень</p>	<p>дискретні і неперервні випадкові величини; застосовувати статистичні методи до обробки й аналізу даних і приймати на основі цього обґрунтовані рішення.</p>	
<p>Формування необхідного рівня інформаційної комп'ютерної культури, набуття практичних навичок у використанні сучасних інформаційних технологій при обробці інформації. Набуття теоретичних знань щодо принципів побудови, функціонування та застосування інформаційних систем. Уміння використовувати інформаційні технології в управлінні та систем оброблення інформації.</p>	<p>Створювати фрагменти проектів автоматизованих інформаційних систем для розв'язку задач аналізу. Здійснювати моделювання та оцінку ефективності інвестиційних проектів. Проводити аналіз діяльності підприємства з допомогою новітніх програмних технологій. Проводити розрахунки та моделювання з допомогою прикладних офісних програм.</p>	<p>Інформаційні системи та технології</p>
<p>Здатність до розуміння системи економічних відносин, їх єдності та взаємодії з обмеженими продуктивними силами та політичними, ідеологічними та соціальними інститутами суспільства. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. Здатність до креативного та критичного мислення. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах у межах спеціальності. Здатність використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність. Розуміння основних особливостей провідних наукових шкіл та напрямів економічної науки</p>	<p>Знати та використовувати економічну термінологію. Демонструвати стійке розуміння принципів економічної науки. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в одній або декількох професійних сферах.</p>	<p>Економічна теорія</p>
<p>Розуміння основних особливостей провідних наукових шкіл та напрямів</p>	<p>Демонструвати стійке розуміння принципів економічної науки. Усвідомлювати основні особливості</p>	<p>Історія економіки та економічних вчень</p>

<p>економічної науки. Розуміння основних особливостей сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.</p>	<p>сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.</p>	
<p>Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері економіки та у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки. Здатність описувати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати. Здатність прогнозувати на основі стандартних теоретичних та економетричних моделей соціально - економічні процеси. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>	<p>Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки. Застосовувати відповідні економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.</p>	<p>Економетрика</p>
<p>Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері регулювання економічних та соціально-трудових відносин. Здатність визначати сегментацію ринку праці, структуру попиту та пропозиції, зайнятості та безробіття. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність до креативного та критичного мислення. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних</p>	<p>Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати. Використовувати інформаційні та комунікаційні технології для вирішення соціально-економічних завдань, підготовки та представлення аналітичних звітів.</p>	<p>Економічна інформатика</p>

<p>джерел. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність застосовувати комп'ютерні технології обробки даних для вирішення економічних завдань, здійснення аналізу інформації та підготовки аналітичних звітів. Здатність описувати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати. Здатність приймати обґрунтовані рішення. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Навички використання сучасних джерел економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів. Навички міжособистісної взаємодії.</p>		
<p>Здатність адекватно розуміти, вільно висловлювати та інтерпретувати ідеї, думки, почуття, факти і ставлення як усно, так і письмово.</p>	<p>Уміння читати, відповідати на запитання, вести ділове анотування та бесіду іноземною мовою в обсязі, необхідному для спілкування в соціально-побутовій, культурній та професійній сферах. Уміння використовувати іноземну мову для забезпечення результативної професійної діяльності.</p>	<p>Іноземна мова</p>
<p>Уміння аналізувати теоретичні і методологічні основи міжнародної економіки. Уміння аналізувати теорії міжнародної торгівлі, загальні економічні закономірності формування напрямків та форм міжнародної торгівлі. Уміння аналізувати</p>	<p>Здатність використовувати систему показників для оцінки результативності міжнародної економіки. Здатність аналізувати стан та тенденції розвитку міжнародних ринків товарів, послуг, інвестицій, робочої сили, а також мотивацію та напрямки сучасних інтеграційних процесів на світових галузевих ринках. Здатність складати та оформляти</p>	<p>Міжнародна економіка</p>

<p>основні наукові категорії, поняття і термінологію дисципліни.</p> <p>Уміння аналізувати основні форми і методи міжнародної економіки.</p> <p>Уміння визначати суть та структуру міжнародних комерційних контрактів.</p> <p>Уміння аналізувати інтереси та потреби господарських суб'єктів України у стосунках з іншими суб'єктами країн світу.</p>	<p>міжнародні комерційні контракти.</p>	
<p>Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, ухвалювати управлінські рішення та забезпечувати умови їх реалізації.</p> <p>Здатність до управління організацією, її змінами.</p> <p>Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту.</p> <p>Здатність до ефективного використання та розвитку людських ресурсів в організації</p>	<p>Вміти встановлювати критерії, за якими організація визначає подальший напрямки розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.</p> <p>Застосовувати принципи менеджменту у професійній діяльності.</p> <p>Вміння створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.</p>	<p>Менеджмент</p>
<p>Вивчення особливостей маркетингу на міжнародному ринку, аналіз специфіці маркетингової діяльності у економіках різних країн й сферах ринку та урахування факторів, які впливають на процеси просування продукції на міжнародному ринку.</p> <p>Формування системи теоретичних знань і набуття практичних навичок у галузі міжнародного маркетингу.</p>	<p>Уміння обґрунтовувати рішення при виході на зовнішні ринки; визначати ринки та прогнозувати діяльність фірм на міжнародних ринках.</p> <p>Уміння аналізувати міжнародні ринки та міжнародне маркетингове середовище;</p> <p>Уміння розробляти заходи по підвищенню конкурентоспроможності товарів і фірми на закордонних ринках;</p> <p>Здатність застосовувати міжнародний маркетинговий комплекс для впровадження маркетингових стратегій та маркетингових інструментів товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики.</p>	<p>Міжнародний маркетинг</p>
<p>Здатність здійснювати маркетингові дослідження ринку, проводити</p>	<p>Формування у студентів - майбутніх менеджерів наукового світогляду та спеціальних знань з теорії,</p>	<p>Маркетинг</p>

<p>сегментацію ринку за основними параметрами; на основі проведеного аналізу описати та інтерпретувати теоретичні засади та формувати товарну, цінову, збутову, комунікаційну політики, визначати економічну ефективність та соціально-відповідальні наслідки прийнятих маркетингових рішень; оцінювати ефективність маркетингової діяльності; реалізовувати плани діяльності за складовими комплексу маркетингу: товар, ціна, розподіл, комунікація та аналізувати ефективність їх виконання.</p>	<p>методології маркетингу, вироблення вмій і навичок здійснення управлінських функцій на підприємстві на основі маркетингу для задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства. Уміння володіти методиками проведення маркетингових досліджень; проводити діагностику маркетингової діяльності; розробити пропозиції щодо удосконалення маркетингової товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики; оцінити стан та перспектив маркетингової діяльності на підприємстві; визначити та надати характеристику механізму впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на стан та особливості маркетингової діяльності підприємства; обґрунтувати та визначити механізм ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.</p>	
<p>Формування у студентів системних теоретичних знань і практичних навичок у галузі промислового маркетингу, вивчення головних методологічних та організаційних питань його використання. Засвоєння теоретичних засад та концепцій промислового маркетингу, з'ясування тенденцій розвитку промислового маркетингу. Вивчення методології розробки товарної і цінової політики, політики розподілу і збуту продукції, маркетингових комунікацій на промисловому ринку; Опанування інструментарію для розробки маркетингових стратегій промислових підприємств; Вивчення систем і методів</p>	<p>Уміння проводити комплексне дослідження промислового ринку і галузі, в якій діє підприємство; Уміння визначати та оцінювати фактори зовнішнього маркетингового середовища промислового підприємства; Здатність виявляти та оцінювати вимоги зацікавлених сторін до товару та діяльності промислового підприємства; Здатність проводити аналіз стану внутрішнього маркетингового середовища та виявляти ключові компетенції промислового підприємства; Уміння виявляти конкурентні можливості, обґрунтовувати вибір конкурентних стратегій на промислових ринках; Уміння розробляти програму маркетингових дій, у тому числі у напрямку інноваційних змін товару і технологій, розробки цінової політики, політики розподілу та просування; Уміння аналізувати ризики та оцінювати ефекти маркетингових</p>	<p>Маркетинг промислового підприємства</p>

<p>організації маркетингової діяльності на промисловому підприємстві.</p>	<p>заходів на промисловому підприємстві.</p>	
<p>Формування системи теоретичних знань і практичних навичок щодо методології, організації і проведенню маркетингових досліджень та застосування маркетингу на ринку послуг при формуванні відношень між виробниками та споживачами послуг, соціально-економічних контактів з різноманітними цільовими аудиторіями в процесі організації виробництва та реалізації послуг. Розвиток у студентів культури економічного мислення; знайомство та закріплення теоретичного матеріалу в частині понятійного апарату маркетингу як науки, сучасних концепцій; вивчення ідей маркетингу як філософії та інструментарію підприємництва; розвиток здібності вмілого використання студентами отриманих знань та вдосконалення практичних навичок для стратегічного та практичного маркетингу.</p>	<p>Уміння розробляти маркетингові стратегії для підприємств сфери послуг на основі маркетингових досліджень та цілей підприємства; Здатність грамотно організувати реалізацію маркетингової стратегії підприємства, що діє на ринку послуг; Уміння використовувати теоретичні знання на практиці у сфері управління ринковими процесами в сфері услуг, їх дослідженні та регуляції; Уміння використовувати методи організації маркетингової діяльності у сфері послуг.</p>	<p>Маркетинг послуг</p>
<p>Формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів та послуг ринкової новизни. Вивчення теорії маркетингової товарної політики організацій, набуття умінь і навичок</p>	<p>Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. Здатність пропонувати</p>	<p>Маркетингова товарна політика</p>

<p>визначення конкурентоспроможності та місця товару на ринку, підвищення ефективності управління плануванням та розробленням продукту, упаковки, товарної марки</p>	<p>вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>	
<p>Формування у майбутніх фахівців системних знань і розуміння концептуальних основ логістики, теорії й практики розвитку цього напрямку та набуття навичок самостійної роботи щодо засвоєння навчального матеріалу стосовно сучасних методів управління матеріальними та іншими потоками в сучасних умовах. Здатність розуміти цілі та завдання, що вирішуються в процесі логістичної діяльності, а також значення та роль логістики в економіці; основні принципи логістичної концепції; основні тенденції розвитку логістики; методи планування та прогнозування в логістиці; особливості організації транспортного та складського господарств на сучасних підприємствах; основи інформаційної логістики; особливості побудови логістичних інформаційних систем</p>	<p>Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.</p>	<p>Логістика</p>
<p>Ознайомлення з теоретико – методологічною базою маркетингової цінової політики; оволодіння практичними вміннями та навичками маркетингового ціноутворення. формування системи теоретичних знань щодо розробки та реалізації маркетингової цінової політики, висвітлення</p>	<p>Здатність розробляти гнучку тактику та стратегію ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів; Здатність проводити аналіз чинників, які впливають на ціни; розраховувати різні види цін; проводити дослідження економічної кон'юнктури ринку та цінової динаміки; Здатність застосувати методи визначення цінової еластичності.</p>	<p>Маркетингове ціноутворення</p>

<p>питань ціноутворення на нові та традиційні товари та послуги, які виробляють і надають підприємства.</p>		
<p>Формування у студентів знань та вмінь у галузі теорії та методології маркетингових досліджень макро- і мікросередовища ринку продукції/послуг. Формування знань щодо можливостей оволодіння студентами навиками щодо системи, методів та алгоритмів дослідження внутрішнього і зовнішнього бізнес-середовища підприємств, шляхів і резервів його маркетингового розвитку.</p>	<p>Здатність до організації та проведення маркетингового дослідження на ринку товарів і послуг, розробки програми дослідження, підготовки інтерв'юєрів.</p> <p>Уміння визначати проект вибірки, обробки інформації, що зібрана в результаті маркетингового дослідження з використанням персонального комп'ютера.</p> <p>Уміння проводити дослідження кон'юнктури товарного ринку, складання певного варіанту звіту за результатами дослідження кон'юнктури ринку товару.</p> <p>Здатність обґрунтування найбільш ефективного методу прогнозування продаж товарів та здійснення відповідних розрахунків за обраним методом.</p> <p>Здатність до визначення етапу життєвого циклу товару та основних параметрів кожного етапу, що пов'язані з витратами на маркетинг, обсягом продаж, прибутками.</p> <p>Здатність до складання плану маркетингу на підприємстві для конкретного товару, товарної групи, сегменту ринку, регіону ринку тощо.</p> <p>Здатність до розробки бізнес-плану для започаткування діяльності на ринку або підвищення ефективності функціонування підприємства.</p>	<p>Маркетингові дослідження</p>
<p>Вивчення та оволодіння студентами теоретичними знаннями та практичними навиками щодо застосування, використання засобів та елементів комплексу маркетингових комунікацій; організації, планування, здійснення управління комунікативною діяльністю підприємства з</p>	<p>Здатність ефективно застосовувати в діяльності підприємств різні засоби та елементи комплексу маркетингових комунікацій; поєднувати різноманітні засоби маркетингових комунікацій, ефективно формувати систему засобів маркетингових комунікацій підприємства;</p> <p>Здатність вести ефективну комунікативну діяльність підприємства;</p> <p>здійснювати управління</p>	<p>Маркетингові комунікації</p>

<p>метою ефективного їх функціонування, а також ефективного продажу продукції/послуг з метою прийняття виробничих, організаційних і управлінських рішень на рівні сучасних вимог.</p>	<p>маркетинговими комунікаціями; Уміння досліджувати та оцінювати ефективність різних засобів маркетингових комунікацій підприємства та його конкурентів; Уміння формувати бюджет маркетингових комунікацій підприємства.</p>	
<p>Отримання знань про напрями розширення функцій маркетингу в дослідженні механізмів поведінки споживачів і використанні цих механізмів для досягнення мети організації. Вивчення складу і напрямів дії зовнішніх і внутрішніх чинників поведінки споживачів, можливостей їх використання в маркетинговій діяльності; набуття навичок роботи зі споживачем та керування його поведінкою.</p>	<p>Уміння досліджувати поведінку споживача в умовах економічного обміну. Визначати поняття, структура і сутність поведінки споживачів. Оцінювати фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Описувати процес прийняття рішень індивідуальним споживачем та процес прийняття рішень індустріальним споживачем. Використовувати маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів. Проводити кількісні і якісні дослідження поведінки споживачів.</p>	<p>Поведінка споживача</p>
<p>2.1.2. Практична підготовка</p>		
<p>Ознайомлення студентів з особливостями майбутньої професії, її змістом та завданнями управлінської діяльності, роллю керівників різних рівнів в управлінні сучасними підприємствами, роботи маркетингових підрозділів, формування уявлення про маркетинг як про науку та прикладну бізнесову функцію. Усвідомлення студентами майбутньої сфера діяльності, змісту вищої освіти та фахової підготовки, комплексу фундаментальних і професійних знань, особливостей організації та змісту освітньо-професійної програми підготовки фахівців з</p>	<p>Уміння студента ознайомитись з його майбутньою спеціальністю шляхом виконання обов'язків дублера, помічника маркетолога. Це дає змогу глибше проникнути у зміст і технологію майбутньої професійної діяльності.</p>	<p>Навчальна практика</p>

<p>маркетингу на різних освітньо-кваліфікаційних рівнях у ВНЗ, сутності навчального плану щодо підготовки зазначених фахівців; організації виховної роботи у ВНЗ, спрямованої на формування національної свідомості та гідності громадянина України, підвищенню рівня загальної культури, створення умов для розвитку особистості.</p>		
<p>Здатність отримати навички вести професійну діяльність; аналізувати стан і виявляти причини недоліків у системі управління, вживати заходів щодо їх ліквідації і попередження; володіти показниками роботи підприємств, організацій, установ, виявляти можливості підвищення ефективності управлінської праці.</p>	<p>Уміння поглибити і зміцнити знання, набутих у процесі навчання, розвиток навиків науково-дослідної роботи і розв'язання прикладних завдань, набуття досвіду ділового спілкування, підготовка до самостійної роботи на посадах пов'язаних з маркетинговою діяльністю за спеціальністю "Маркетинг"</p>	<p>Виробнича практика</p>
<p>Формування у майбутніх маркетологів сучасного управлінського мислення та системи спеціальних управлінських знань, розуміння концептуальних основ маркетингового управління організаціями, набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації, прийняття адекватних управлінських рішень. Набуття навичок самостійної роботи з елементами творчого пошуку, ініціативності; вироблення вміння узагальнювати теоретичні матеріали, аналізувати практичну інформацію, працювати зі спеціальною літературою, довідковими виданнями тощо; розвитку</p>	<p>Відпрацювання навичок самостійної роботи з елементами творчого пошуку, ініціативності; Уміння узагальнювати теоретичні матеріали, аналізувати практичну інформацію, працювати зі спеціальною літературою, довідковими виданнями тощо; Уміння формулювати власні висновки, чітка аргументація, обґрунтування рекомендацій і конкретних пропозицій щодо вдосконалення системи маркетингу на реальному досліджуваному підприємстві.</p>	<p>Курсова робота «Маркетинг»</p>

<p>навичок формулювання власних висновків, чіткої аргументації, обґрунтування рекомендацій та пропозицій.</p> <p>Здатність до самостійної роботи з науковими джерелами та оволодіння ними методикою досліджень, набуття компетенцій щодо визначення й аналізу наукової та практичної проблематики у маркетингу, обґрунтування своїх гіпотез та висновків, вміння розробляти й формулювати обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення процесів, досліджених у роботі.</p>		
<p>Формування у майбутніх маркетологів сучасного управлінського мислення та системи спеціальних управлінських знань, розуміння концептуальних основ маркетингового управління організаціями, набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища організації, прийняття адекватних управлінських рішень.</p> <p>Набуття навичок самостійної роботи з елементами творчого пошуку, ініціативності; вироблення вміння узагальнювати теоретичні матеріали, аналізувати практичну інформацію, працювати зі спеціальною літературою, довідковими виданнями тощо; розвитку навичок формулювання власних висновків, чіткої аргументації, обґрунтування рекомендацій та</p>	<p>Відпрацювання навичок самостійної роботи з елементами творчого пошуку, ініціативності;</p> <p>Уміння узагальнювати теоретичні матеріали, аналізувати практичну інформацію, працювати зі спеціальною літературою, довідковими виданнями тощо;</p> <p>Уміння визначити цілі цінової політики і цінових стратегій підприємства;</p> <p>Уміння здійснювати маркетингові дослідження в процесі реалізації маркетингової цінової політики;</p> <p>Уміння застосовувати найбільш ефективні цінові стратегії;</p> <p>Уміння вдало і ефективно проводити політику формування та зміни поточних цін</p>	<p>Курсова робота «Маркетингове ціноутворення»</p>

<p>пропозицій. Здатність до самостійної роботи з науковими джерелами та оволодіння ними методикою досліджень, набуття компетенцій щодо формування сучасного економічного мислення щодо маркетингової цінової політики підприємств, можливостей застосування маркетингових цінових стратегій і різних методів ціноутворення для успішної її реалізації в умовах вітчизняного ринку.</p>		
<p>Здатність використовувати фахові знання у професійній діяльності та наукових дослідженнях</p>	<p>Уміння використовувати теоретичні положення та професійно-профільовані знання у сфері маркетингової діяльності.</p>	<p>Атестація</p>
<p>Здатність володіти навичками провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності щодо управління маркетинговою діяльністю.</p>	<p>Уміння використовувати професійно-профільовані знання, уміння й навички для аналізування, оцінювання і прогнозування головних показників пов'язаних з маркетинговою діяльністю у дослідницькій роботі.</p>	<p>Бакалаврська робота</p>
<p>2.2. Вибіркові дисципліни</p>		
<p>Здатність до розуміння закономірностей та тенденцій політичного життя. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Навички міжособистісної взаємодії. Здатність використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність. Розуміння основних особливостей сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.</p>	<p>Демонструвати стійке розуміння принципів політичної науки. Вміти аналізувати процеси державного та ринкового регулювання соціально-економічних і трудових відносин. Вміти працювати як самостійно, так і в команді. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність.</p>	<p>Політологія</p>
<p>Вміння ідентифікувати небезпечні чинники</p>	<p>Здатність орієнтуватися в основних нормативно-правових актах в</p>	<p>Безпека життєдіяльності і цивільний захист</p>

<p>навколишнього середовища та віднайти шляхи відвернення їхньої уражаючої дії; Вміння аналізувати механізми впливу небезпек на людину, визначати характер взаємодії організму людини з небезпеками середовища існування.</p> <p>Здатність володіти законодавчими, нормативно-правовими, нормативно-технічними та санітарно-гігієнічними основами з безпеки життєдіяльності, охорони праці та цивільного захисту; сучасними проблемами і головними завданнями безпеки; базових положень пожежної безпеки; порядку дій в умовах НС та військового стану; способами захисту від впливу небезпечних факторів викликаних НС; методами збереження життя, здоров'я та працездатності; методами локалізації та ліквідації НС</p>	<p>області забезпечення безпеки;</p> <p>Здатність орієнтуватися в основних методах і системах забезпечення безпеки, обґрунтовано вибирати відомі пристрої, системи та методи захисту людини і навколишнього середовища від небезпек; вміння надавати першу долікарську допомогу; оцінювати вражаючі фактори під час НС та їх вплив на здоров'я людини; обирати і використовувати засоби колективного та особистого захисту; надавати допомогу та консультації з практичних питань безпеки та захисту у НС; діяти при проведенні евакуаційних заходів.</p>	
<p>Базові знання основних категорій дисципліни, її предмет, мету вивчення; Становлення університетської освіти. Болонський процес його сутність та завдання</p> <p>Уміння використовувати знання про маркетингову діяльність суб'єктів господарювання при вивченні прикладних дисциплін спеціальності;</p> <p>Уміння синхронізувати окремі сфери маркетингової діяльності в цілісну систему</p>	<p>Знання особливостей університетської освіти по напрямку підготовки Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності.</p> <p>Здатність відповідально ставитись до фахової підготовки, самостійно здійснювати пошук необхідної інформації при підготовці до семінарів та практичних занять, приймати рішення та планувати свій навчальний процес. Базові знання про менеджмент, зовнішньоекономічну діяльність, маркетинг</p> <p>Здатність до розуміння сутності понятійно-категоріального апарату менеджменту загалом та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності зокрема;</p> <p>Здатність до розуміння</p>	<p>Вступ до спеціальності</p>

	<p>економічного змісту менеджменту ЗЕД та його місця у фазах світового відтворювального процесу; Здатність до розуміння головних міжнародних організацій, суб'єктів і об'єктів зовнішньоекономічних відносин та їх призначення і взаємозв'язки;</p>	
<p>Здобуття основних знань щодо філософських та методологічних проблем науки, але й формування в них умінь і навичок, які закладають підвалини для подальшої самостійної дослідницької роботи, оволодіння методологією, методами, концепціями та логікою проведення наукових досліджень економічних процесів та систем управління; засвоєння студентами методичних положень з планування, організації, контролю, координації проведення наукових досліджень; використання комплексу знань з менеджменту та економічних дисциплін для створення сприятливих</p>	<p>Уміння формулювати та актуалізувати економічні проблеми, обґрунтовувати шляхи та способи їх вирішення; ставити задачі, обґрунтовувати методи їх розв'язання; здатність формулювати робочі гіпотези та визначати методи їх перевірки; уміння організувати збір необхідної для дослідження інформації; уміння самостійно проводити аналіз науково-методичної літератури та узагальнювати результати наукових шкіл; здатність використовувати новітні наукові результати у своїх дослідженнях; уміння самостійно проводити дослідження економічних систем і процесів; уміння проводити експериментальні розрахунки; здатність обґрунтовувати результати своїх досліджень та визначати області їх впровадження; уміння оцінювати ефективність впровадження результатів наукових досліджень; здатність відображати наукові результати у формах звітів, рефератів, статей, тез доповідей.</p>	<p>Основи наукових досліджень</p>
<p>Формування у студентів сучасного мислення та спеціальних знань у галузі управління на національному та регіональному рівнях; набуття умінь та формування компетентностей, необхідних для виконання функцій та реалізації повноважень органів</p>	<p>Здатність застосовувати сформоване економічне мислення та світоглядність у аналізі функціонування та розвитку соціально-економічних процесів на рівні держави та її регіонів; здатність визначати цілі та пріоритетні напрямки діяльності стосовно державного та регіонального управління; здатність розробляти концептуальні засади реформування системи державного</p>	<p>Державне та регіональне управління</p>

державної влади і місцевого самоврядування.	управління; уміння формувати напрями вдосконалення управління національним та регіональним розвитком.	
Формування у студентів спеціальних знань про загальні принципи, форми, методи управління регіональними соціо-економічними системами; про закономірності регіонального розвитку соціо-економічних систем.	Уміння здійснювати соціально-економічний аналіз розвитку регіону; складати прогнози, плани та програми соціально-економічного розвитку окремих адміністративних одиниць України.	Управління соціально-економічним розвитком регіону
Здатність володіти поняттями «електронного бізнесу» і «електронної комерції»; особливостей бізнес-моделей електронної комерції; платіжних та фінансових систем Інтернету; розрізнити класифікації і загальні характеристики електронних систем взаєморозрахунків; українських систем електронних платежів; вміння застосовувати методології та технології реалізації маркетингових заходів в мережі Інтернет; особливостей і переваг Інтернет-маркетингу	Вміти володіти навиками використання сучасні мережні інформаційні продукти; здійснювати організацію зв'язків підприємства у мережі; застосовувати методи ціноутворення в електронній комерції; здійснювати побудову нейронних мереж різної структури і складності; розробляти рекламні кампанії в мережі; використовувати методи реалізації банерної реклами; розробляти концептуальні положення з організації віртуального представництва підприємства у мережі; обґрунтувати доцільність розробки проекту на підставі оцінки та аналізу прибутковості та економічного ефекту від проекту; використовувати платіжні системи для розрахунків через Інтернет.	Електронна комерція
Здійснення теоретичних досліджень категорій маркетингу та сучасних бізнес тенденцій. Опанування методологічного апарату організації маркетингової діяльності бізнес-організацій. Набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення бізнес діяльності. Володіння основами управління маркетинговою діяльністю підприємства.	Здатність проводити маркетингове дослідження ринку товарів та послуг. Оцінювати вплив середовища на формування маркетингових бізнес стратегій фірми. Розробляти маркетингову політику фірми. Оцінювати конкурентоспроможність фірми, товарів і послуг, а також ефективність бізнес діяльності фірми. Розробляти план маркетингової діяльності.	Маркетинг бізнесу
Вивчення ринкової інфраструктури і впливу	Визначати оптимальні потужності і оптимально розміщувати	Інфраструктура товарного ринку

<p>окремих його елементів на економічний та фінансовий стан підприємства. Аналізувати економічний механізм функціонування ринку. Вирішувати проблеми які виникають при формуванні ринкової інфраструктури в Україні, основні умови і напрями її розвитку.</p>	<p>підприємства і складські господарства, розраховувати оптимальні маршрути транспорту, укладати угоди на біржах (товарних, ф'ючерських і форвардних), розраховувати ціни на товар і цінні папери. Використовувати індекси при операціях з акціями і облігаціями. Визначати і застосовувати методи раціональної організації та планування діяльності інфраструктурного комплексу.</p>	
<p>Забезпечувати контроль якості товарів під час транспортування і зберігання. Визначати відповідний метод визначення якості товару у практичній діяльності. Вміння здійснювати контроль якості товарів під час транспортування і зберігання, відбирати проби, користуватись отриманими практичними навичками формування асортименту, оцінки якості, проведення ідентифікації та формування ресурсів сировини, матеріалів та засобів виробництва. Володіння нормативно-технічною документацією щодо технології виробництва продовольчих товарів.</p>	<p>Проводити інформаційне забезпечення руху товарів від виробника до споживача. Визначати основні характеристики, які складають споживчі властивості товару, область застосування і їх взаємозамінність. Оцінювати функціонально-технологічні властивості сировини. Підбирати методи оцінки технологічного процесу. Визначити якість продукції за органолептичними та фізико-хімічними показниками. Визначати виробничі дефекти товарів та їх причини. Проводити контроль якості відповідно до нормативної документації на товари. Застосовувати відповідний метод визначення якості товару у практичній діяльності. Визначити екологічну чистоту товарів.</p>	Товарознавство
<p>Здатність визначати форми виявлення економічних законів функціонування бізнесу, цілі, що вирішуються в системі виробництва, основні тенденції розвитку підприємництва, економічний механізм господарювання фірми, вміння його використовувати з метою активізації науково-технічного прогресу та збільшення ефективності</p>	<p>Уміння володіти навичками виконання розрахунків по оцінці економічної ефективності господарських рішень, розраховувати основні показники для здійснення економічного аналізу та використовувати їх в практичній діяльності.</p>	Економіка малого і середнього бізнесу

виробництва.		
<p>Визначати сутність дизайну, основні художні стилі, напрями, течії та школи. Ідентифікувати види дизайну, їх характеристики. Вивчити сучасні матеріали та технології, що використовуються у дизайні.</p> <p>Здатність написання кваліфікованих рекламних текстів. Вивчення основних законів, правил та вимог написання ефективного тексту. Усвідомлення психологічних засад діяльності копірайтера.</p>	<p>Використовувати засоби виразності дизайну для досягнення поставленої мети. Орієнтуватись в кожному з видів дизайну. Розробляти стратегію рекламного тексту. Формувати робоче завдання копірайтеру для написання конкретного цільового тексту. Писати тексти для реалізації конкретних цілей у галузі реклами та зв'язків із громадськістю. Застосовувати різні допоміжні засоби при написанні матеріалів (візуальних, звукових та відеоефектів). Підбирати копірайтингові матеріали на предмет доцільності та якості.</p>	<p>Основи дизайну та копірайтинг</p>
<p>Розуміти сутність реклами та стимулювання збуту, їх значення і еволюцію, чинники і рівні розвитку; особливості дії законів і принципів. Визначення поняття та їх вплив на імідж організації, товарів і послуг; методи впливу на суспільну свідомість. Розуміти суть, структуру та методи діяльності рекламних агентств та функції рекламних відділів фірм; правові та етичні аспекти рекламної справи. Освоїти напрями розвитку сучасної реклами та рекламні технології майбутнього. Сприяння активізації та підвищенню ефективності маркетингових комунікацій. Формування практичних навичок використання реклами в процесі товаропросування.</p>	<p>Розуміти сутність реклами та стимулювання збуту, їх значення і еволюцію, чинники і рівні розвитку, особливості дії законів і принципів. Здатність створення рекламних повідомлень; планування і проведення рекламної кампанії; оцінювання ефективності рекламної діяльності. Здійснювати рекламні дослідження та розробляти рекламні програми. Визначати потребу в маркетингових комунікаціях для ринкових суб'єктів. Розробляти ідеї створення маркетингових комунікативних повідомлень залежно від завдань маркетингу. Використовувати сучасні комунікативні технології у створенні маркетингових комунікативних кампаній.</p>	<p>Реклама і стимулювання збуту</p>
<p>Здатність визначати сутність, види, категорії, еволюцію, концепції, моделі та рівні соціальної</p>	<p>Уміння визначати теоретичні та методологічні підходи до визначення сутності соціальної відповідальності; формувати імідж і</p>	<p>Корпоративна соціальна відповідальність</p>

<p>відповідальності; особливості соціальної відповідальності в системі управління організацією; нормативно-правові засади розвитку соціальної відповідальності; моделі корпоративної соціальної відповідальності і становлення різних типів корпоративної культури; критерії, показники та методику оцінювання соціальної відповідальності; особливості прояву соціальної відповідальності бізнесу в українських реаліях; сутність соціальних інвестицій як форми прояву корпоративної відповідальності роботодавців.</p>	<p>репутацію підприємств; вміти застосовувати методичні основи формування і розвитку соціальної відповідальності; вміти впроваджувати норми, що регулюють соціальні права в корпоративних правовідносинах; планувати соціальний розвиток організації, вміти розробляти організаційно-управлінський механізм соціального інвестування; розуміти форми і методи захисту соціальних прав в корпоративних відносинах; проектувати та розробляти соціальних програм і проектів в організації. вміти розробляти внутрішні і зовнішні соціальні програми.</p>	
<p>Формування знання у сфері захисту прав споживачів і навчитися аналізувати законодавство, що сприятиме, глибокому розумінню не тільки прав підприємців, які здійснюють свою діяльність у сфері виробництва, купівлі-продажу товарів, надання послуг і виконання робіт, а й необхідності додержання норм законодавства, знання правових наслідків, які настають за його порушення, що зумовить їхню правомірну поведінку.</p>	<p>Уміння аналізувати чинне законодавство у сфері захисту прав споживачів, практиці його застосування, узагальненні поглядів учених-юристів, спрямованих на удосконалення правової системи відповідно до основних засад, визначених міжнародно-правовими документами. Здатність організувати систему контролю за якістю та безпечністю товарів на всьому шляху товаропросування від виробника до споживача, при наданні послуг</p>	<p>Захист прав споживачів</p>
<p>Здатність надавати загальну характеристику принципам економічного оцінювання; визначати необхідні показники оцінки за допомогою фінансових інструментів.</p>	<p>Уміння користуватися вивченими методиками у практичній діяльності; визначати ринкову вартість об'єкта оцінки; розумітися на діяльності оцінних фірм; визначати види вартості об'єкта оцінки; проводити аналіз ринку нерухомості та факторів, що впливають на його розвиток.</p>	<p>Експертиза товарів</p>
<p>Набуття студентами базових системних знань з</p>	<p>Уміння використовувати методологію менеджменту</p>	<p>Офісний менеджмент</p>

<p>теорії та практики керівництва персоналом різноманітних організацій, що функціонують у сфері економіки України.</p>	<p>персоналу та ресурси його забезпечення. Уміння формувати сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі. Здатність формування ефективної кадрової служби та налагодження процесів діловодства. Здатність до планування, формування, розвитку та руху персоналу. Уміння регулювання трудової діяльності персоналу та управління робочим часом. Здатність до створення сприятливих умов праці та оцінювання персоналу. Уміння проводити ефективну мотиваційну політику та стимулювання персоналу. Здатність підвищувати ефективність менеджменту персоналу.</p>	
<p>Уміння здійснювати аналіз положення підприємства у конкурентному середовищі. Уміння проводити діагностику та ревізію поточної конкурентної стратегії. Уміння здійснювати аналіз конкурентних переваг, якими володіє підприємство, та визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності. Уміння виконувати розрахунки, що пов'язані з оцінкою ступеню інтенсивності конкуренції. Уміння здійснювати розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, що спрямовані на підвищення якості продукції і продуктивності виробництва. Уміння виконувати розрахунки та здійснювати аналіз одиничних, групових та інтегральних показників конкурентоспроможності</p>	<p>Здатність визначити і оцінити показники конкурентоспроможності підприємств, продукції, галузі та держави; Здатність вибрати конкурентні стратегії; Здатність визначити фактори конкурентоспроможності підприємств різних типів; Здатність проаналізувати форми і методи конкуренції в трансформаційний період; Здатність визначити кількісні показники міжнародної конкурентоспроможності країни; Здатність розробляти і впроваджувати заходи підвищення конкурентоспроможності; Здатність здійснити вибір оптимальних стратегій для українських підприємств на зарубіжних ринках.</p>	<p>Управління конкурентоспроможністю підприємства</p>

<p>продукції та конкурентоспроможності підприємства. Уміння визначати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю підприємства.</p>		
<p>Здатність визначати конкурентну позицію банку. Уміння організувати первинні маркетингові дослідження банківського ринку, в тому числі, складати плани та кошториси таких досліджень. Здатність проводити вторинні маркетингові дослідження; Уміння здійснювати сегментування та моніторинг ринку банківських послуг.</p>	<p>Здатність аналізу банківського ринку України, його сегментації, дослідженню та розробці маркетингової стратегії банку, оцінці якості банківських послуг, продажу банківських послуг, рекламі банків та створенню їх іміджу. Можливість здійснювати планування банківських послуг. Здатність визначити ціну окремих видів банківських послуг та складати стратегічні матриці для визначення маркетингової стратегії; Використовувати види маркетингового контролю та здійснювати наукові дослідження у сфері банківського маркетингу.</p>	<p>Маркетинг банку</p>
<p>Здатність формування системи теоретичних знань та набуття практичних навичок з технології маркетингу для розвитку території в інтересах фізичних та юридичних осіб. Розробка методологічних принципів, механізмів й інструментів територіального маркетингу. Посилення спроможності адаптації територіального співтовариства до ринкових змін, наростити можливості, збільшити життєву силу спільноти.</p>	<p>Здійснювати орієнтацію основних послуг та інфраструктури на задоволення потреб найважливіших цільових груп споживачів території - жителів, бізнесу, гостей. Створення нових позитивних рис території стосовно якості життя, здійснення підприємництва за підтримки суспільства для залучення нових інвесторів, підприємницьких верств і окремих людей. Здійснювати комунікації та просування нових позитивних рис, якості життя і в цілому іміджу спільноти. Забезпечення підтримки населенням та лідерами спільноти залучення нових компаній, інвестицій, гостьових програм.</p>	<p>Маркетинг територій</p>
<p>Формування у студентів системи знань з методології та практичного здійснення управління підприємством як соціально-економічною системою, чіткого уявлення про природу,</p>	<p>Здатність застосувати принципи і методи аналізу кризових ситуацій в організаціях і здійснити вибір шляхів запобігання кризам і виходу з них з мінімальними втратами; уміння показати взаємозв'язок антикризового менеджменту з теорією макро- і мікроекономіки,</p>	<p>Антикризове управління</p>

<p>причини і типологію криз на макро- та мікроекономічному рівні і шляхах їх подолання, вивчення вітчизняного та міжнародного досвіду антикризового управління підприємствами.</p>	<p>інноваційним, маркетинговим, фінансовим і стратегічним менеджментами, загальною теорією систем і дослідженням систем управління; уміння робити експрес-діагностику банкрутства; здатність здійснювати фундаментальну діагностику банкрутства; уміння ухвалювати оптимальні управлінські рішення в умовах невизначеності, екстремальних ситуацій, гострої конкурентної боротьби, дефіциту ресурсів, неплатоспроможності підприємств; здатність працювати з персоналом, спираючись на соціально-психологічні методи і рекомендації поведінкових наук.</p>	
<p>Уміння аналізувати зовнішнє середовище і визначати напрями розвитку міжнародного менеджменту; Уміння виявляти тенденції і перспективи розвитку конкретних ринків і використовувати ці результати в своїй практичній діяльності; Уміння вибирати конкретні стратегії розвитку бізнесу міжнародної компанії з урахуванням її пріоритетів та особливостей країни; Уміння брати участь у підготовці контрактів купівлі-продажу та в міжнародних переговорах; Уміння застосувати сучасні процедури розроблення планів та прийняття управлінських рішень у процесі діяльності міжнародної компанії в певній країні; Уміння проектувати організаційні структури управління для міжнародної корпорації в цілому та її підрозділів у певній країні; Уміння</p>	<p>Здатність визначити конкретні характеристики і вимоги до менеджерів, що працюють в умовах певної країни, та їх здатність пристосовуватися до цих вимог; Здатність застосовувати здобуті знання при розв'язанні практичних питань діяльності фірми у сфері міжнародного бізнесу; Здатність аналізувати зовнішнє середовище і визначити напрями розвитку міжнародного менеджменту; Здатність застосовувати сучасні методики стратегічного планування й організації діяльності міжнародних фірм, управління міжнародними бізнес-проектами; Здатність використовувати передовий зарубіжний досвід управління бізнесом у міжнародних фірмах вміння вибирати ефективний стиль керівництва залежно від рівня управління міжнародною корпорацією та специфіки культури певної країни; Здатність складати програми тренінгу різних категорій персоналу міжнародних корпорацій; Здатність аналізувати ефективність впровадження бізнес-планів</p>	<p>Міжнародний менеджмент</p>

<p>підготувати пропозиції керівництву міжнародної компанії щодо поліпшення мотивації персоналу з урахуванням особливостей національних культур;</p>		
<p>Здатність до виявлення дії економічних законів і закономірностей, принципів і чинників функціонування і формування регіональної економічної системи</p>	<p>Розуміння сутності та принципів розміщення продуктивних сил і регіональної економіки Уміння давати економічну оцінку природно-працересурсному та економічному потенціалу країни; прогнозувати розвиток економіки регіонів</p>	<p>Регіональний менеджмент</p>
<p>Здатність визначати зміст основних проблем підприємницької діяльності; концепцію ринкової системи господарювання, механізм функціонування ринку; методи організації підприємницької й управлінської діяльності; методику оцінки ефективності діяльності підприємства підприємницького бізнесу.</p>	<p>Уміння класифікувати чинники конкурентоспроможності підприємницької діяльності; порівнювати формування підприємницького сектора в різних країнах з вітчизняним досвідом; пояснити причини успіху підприємницької діяльності; розуміти кому та навіщо потрібна підприємницька діяльність як чинник економічного успіху; визначати типи ринкових економічних систем і особливості розвитку підприємництва в кожній із наведених систем.</p>	<p>Організація підприємницької діяльності</p>
<p>Здатність визначати місце і значення облікової, аналітичної, контрольної, податкової та статистичної систем в інформаційному забезпеченні користувачів обліково-аналітичної інформації у вирішенні проблем в сфері соціальної, економічної і екологічної відповідальності підприємств, установ, організацій; володіти методичним інструментарієм обліку, аналізу, контролю, аудиту, та оподаткування господарської діяльності підприємств.</p>	<p>Уміння розуміти предмет бухгалтерського обліку; основи організації бухгалтерського обліку на підприємствах; дослідження особливостей бухгалтерського обліку основних господарських процесів; вести облікові записи на рахунках бухгалтерського обліку; складати первинні документи й вести їх бухгалтерську обробку; формувати й аналізувати фінансову, управлінську податкову і статистичну звітність підприємств, установ, організацій та інтерпретувати отриману інформацію для прийняття управлінських рішень.</p>	<p>Облік і аудит</p>
<p>Здатність володіти нормативним регулюванням обліку та звітності в оподаткуванні; розуміти методику</p>	<p>Уміння організовувати податковий облік на підприємстві; складати податкові декларації (розрахунки) за податками, зборами, обов'язковими платежами.</p>	<p>Облік і оподаткування</p>

<p>нарахування (обчислення) податків, зборів, обов'язкових платежів, терміни їх сплати; набути навиків складання і подання податкової звітності.</p>		
<p>З'ясування необхідності і сутності страхування; Засвоєння методів організації та функціонування страхового ринку в Україні; Вивчення умов надання страхових послуг з основних видів особистого, майнового страхування і страхування відповідальності. З'ясування сутності та значення надання страхових послуг для страхування ризиків підприємств та фізичних осіб; Ознайомлення з джерелами та особливостями надання страхових послуг підприємствам різних галузей, сфер діяльності та форм власності; Ознайомлення із законодавчою базою, що забезпечує страхову діяльність підприємств; Вивчення порядку та методів проведення страхування</p>	<p>Здатність здійснювати страхування майна підприємств. Здатність здійснювати страхування власного майна громадян. Здатність проводити страхування транспортних засобів. Здатність проводити змішане страхування життя фізичних осіб, укласти договори змішаного страхування життя, правильно визначити відповідну страхову суму. Здатність проводити пенсійне страхування. Здатність здійснювати медичне страхування. Здатність до організації страхування професійної відповідальності. Здатність здійснювати страхування професійної відповідальності. Здатність проводити страхову роботу щодо зменшення або усунення кредитного ризику в банківській сфері. Здатність здійснювати страхування депозитів юридичних і фізичних осіб в комерційних банках у разі банкрутства або неплатоспроможності останніх.</p>	<p>Страхування</p>
<p>Вирішення соціальних проблем та підвищення добробуту населення. Визначення особливостей соціального маркетингу, його впливу на розвиток суспільства. Формування концепції соціального маркетингу як принципово нового, креативного підходу до регулювання соціальних змін і соціальних процесів у демократичному, ринковому суспільстві.</p>	<p>Здатність застосування сучасного маркетингового інструментарію для вирішення соціальних завдань. Володіння методикою формування комплексу маркетингу в соціальній сфері та навичками самостійної розробки маркетингового плану. Знаходження технологій збору коштів на реалізацію соціального проекту і організацію благодійної та спонсорської діяльності в сучасних умовах. Реалізація стратегії соціальної відповідальності організації. організація фандрайзингової діяльності і</p>	<p>Соціальний маркетинг</p>

<p>Здатність визначати принципи соціальної відповідальності та компетентності. Вивчення технології маркетингу і маркетингових інновацій у соціальній сфері. Застосовувати методи, алгоритми та інструменти маркетингу соціальної сфери.</p>	<p>стимулювання продажів в соціальному маркетингу.</p>	
<p>Набуття студентами знань щодо сучасних методичних підходів та механізмів планування, організації, контролю та управління інноваціями на підприємстві на засадах маркетингу. Формування компетенції студентів у розробці стратегії впровадження нововведення на ринок, аналізі кон'юнктури ринку з наступним визначенням сегментів ринку, організації і формування попиту, моделювання поведінки покупця.</p>	<p>Уміння самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку маркетингу інновацій, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях; Уміння виконувати оцінку та позиціонування інноваційного товару; Здатність швидко орієнтуватися у ситуації необхідності створення нових умов ринку для сприйнятті інновацій; Здатність налагоджувати комунікації з клієнтами, передавати досвід в разі дистрибуції, особливо при збуті наукомісткої продукції; Уміння здійснювати постійний пошук нових товарів та технологій на ринку, вивчати перспективи ринку; Уміння контролювати результати прийнятих рішень у впровадженні інновацій та визначенні спектру нових товарів.</p>	<p>Маркетинг інновацій</p>

Інше (у разі потреби) _____

Гарант освітньої програми/керівник кафедри із спеціальної (фахової) підготовки к.е.н., доц. Копчак Ю.С.