

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ІСТОРІЯ УКРАЇНИ Семестр: 1

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3); аудиторні години - 32
(лекції - 16, практичні - 16, семінарські - , лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета курсу – поглибити наявні і набути якісно нові знання з історії України, засвоїти основні аспекти політичного, соціально-економічного, суспільного та культурного розвитку України, розкрити сенс діяльності української нації, вивчити суспільний лад та політичні системи на різних етапах розвитку української державності, формувати патріотизм, розвиток національної свідомості, повагу до власної історії, формувати громадянську позицію шляхом засвоєння основних моральних норм і принципів життєдіяльності суспільства, їх трансформацій у переконання.

Результати навчання:

• Знати:

Перебіг основних подій політичного процесу, його діячів, соціально-економічні зміни, що відбулися на українських землях, основні етапи духовного і культурного життя українського суспільства, біографічні дані про видатних представників духовенства, культури, освіти і науки, загальні тенденції розвитку українських земель.

• Вміти:

- Визначати хронологічну послідовність історичних подій; хронологічно співвідносити процеси, які відбувалися на землях України із загальноєвропейськими тенденціями історичного руху.
- Показувати на історичній карті території розселення українців, територіальні зміни, що відбувалися, і співставляти їх із сучасними кордонами України.
- Характеризувати політико-адміністративний устрій України на різних історичних етапах, форми та засади функціонування української державності.
- Визначати сутність української національної ідеї, причини розвитку та особливості українського національного та суспільно-політичного рухів у контексті націєтворчих процесів у Центрально-Східній Європі.
- Пояснювати економічні та соціальні процеси на території України, сутність переходу від традиційного до індустріального суспільства; називати основні риси модерного суспільства.
- Описувати та порівнювати становище українського населення та риси повсякденного життя українців на різних етапах історичного розвитку та у складі різних державних утворень.
- Описувати явища культурного та духовного життя; порівнювати ідеї та цінності минулого з сучасними державотворчими ідеями та культурними цінностями українців.
- Аналізувати економічну, політичну та культурну активність інших етносів/націй на території України; характеризувати міжнаціональні відносини та наводити приклади взаємодії між українським та іншими національними рухами на території України.
- Визначати місце та роль українців у складі Речі Посполитої, Російської імперії, Австрійської (Австро-Угорської) монархії, Радянського Союзу та інших політичних утворень, наводити приклади українського вкладу в буття цих держав.
- Визначати суспільну значущість історичних подій, тенденції розвитку українського суспільства, які домінували на різних історичних етапах, та причинно-наслідкові зв'язки.
- Шукати історичну інформацію та користуватися різними джерелами інформації (науковими монографіями, науково-популярними працями, енциклопедіями, періодичними виданнями та ін.).
- Критично оцінювати історичну інформацію та інтерпретувати її з урахуванням множинності підходів; формувати власну точку зору та представляти її в усній та писемній формі.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: Історія української культури Семестр: 1

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 32 (лекції - 16 , практичні - 16 , семінарські - ____,
лабораторні - __)

Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна має та меті здобуття студентами знань, вмінь та навичок для аналізу культурних процесів в Україні, їх впливу на особистісне, національне та міжнародне життя. Зокрема:

- розкрити значення міжкультурної комунікації
- навчити аналізувати культурну динаміку українського суспільства
- сформувані вміння аналізу соціокультурного дискурсу сучасності
- розвинути вміння обґрунтованого та толерантного відстоювання власної позиції

Результати навчання:

знати:

- періодизацію та особливості культурних епох в Україні
- особливості мистецьких стилів
- видатних українців та їх внесок в українську та світову спадщину
- визначні пам'ятки духовної та матеріальної культури України
- особливості ментальності українського народу

вміти:

- визначати стилі пам'яток культури
- досліджувати взаємозв'язок між розвитком культури та держави
- аналізувати культурні та суспільно-політичні явища сучасної України
- виявляти культурні цінності та явища антикультури
- визначати сфери можливого особистого заангажування у розвиток української культури відповідно до професійної кваліфікації

Форма звітності: _____ залік _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ПОЛІТОЛОГІЯ Семестр: 2

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 32 (лекції - 16, практичні - 16, семінарські -
 , лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета курсу – допомогти студентам оволодіти систематизованими науковими знаннями про політику, сформувані у студентів здатність самостійно аналізувати політичні явища.

Завдання курсу:

- З'ясувати та розкрити сутність предмета та об'єкта дослідження політології;
- Визначити суть влади та політичної влади, її ресурси, суть і типи легітимності влади, методи та принципи її реалізації;
- розкрити сутність політичної системи і держави як центрального її елемента, структури та функції інститутів державного врядування
- Навчити користуватись базовими категоріями політології.

Результати навчання:

- **знати:**
 - основні політологічні терміни;
 - об'єкт, предмет і метод політичної науки та володіти її понятійно-категоріальним апаратом;
 - орієнтуватися в основних політологічних концепціях і напрямках;
 - мати уявлення про сутність політичного життя, політичних відносин і політичних процесів,
 - знати суть, типи і функції політичних систем і режимів та вплив на функціонування і розвиток суспільства;
 - мати уявлення про процеси міжнародного політичного життя, місце, роль і статус України в сучасному політичному світі;
 - володіти навичками політичної культури
- **вміти:**
 - працювати з науковою літературою;
 - вступати у наукові дискусії, демонструючи як наукові знання, так і власну позицію;
 - самостійно аналізувати політичні явища.;
 - застосувати політичні знання в своїй професійній громадській діяльності

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

Робоча програма дисципліни: www.lnu.edu.ua/**
(посилання на робочу програму дисципліни на сайті Університету)

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ФІЛОСОФІЯ Семестр: 3

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 32 (лекції – 16, практичні – 16, семінарські – _-_,
лабораторні - _-_)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета навчальної дисципліни «Філософія» полягає у допомозі студентам сформувати світоглядні основи теоретично-наукового мислення та філософської культури світорозуміння в контексті сучасних потреб вищої школи й актуальних завдань університетської освіти.

Результати навчання:

- **знати:**

- ключові поняття, що складають основу предмету філософії як наукової дисципліни, світоглядної мудрості та практичної чесноти;
- класичні філософські проблематики, положення, концепції та методологічні підходи у Західній та Східній цивілізаціях в контексті історичної еволюції їх постання та розвитку;
- специфічні особливості філософського мислення у співставленні з засадами природничо-наукового розуміння світу.

- **вміти:**

- розкрити фундаментальні основи філософського ставлення до світу і людини в умовах сучасної світоглядної трансформації цивілізаційних парадигм й моделей пізнання;
- застосовувати теоретичні основи та прикладні виміри новітніх філософських вчень неklasичної традиції;
- аналізувати становлення української філософської традиції на всіх етапах її розвитку у контексті світової історіософії, науки та культури.

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ІНОЗЕМНА МОВА Семестр: 2, 4

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 360 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 256 (лекції – _-, практичні – 256, семінарські – _-,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Іноземна мова» є оволодіння знаннями про систему англійської мови, особливості функціонування мовних конструкцій, моделей та структур в обсязі, передбаченому програмою курсу, зокрема про фонетичну систему англійської мови, правила читання та правопису, структуру основних типів речення; засвоєння граматичного матеріалу у межах тем; ознайомлення з базовими правилами етикету лінгвокультури носіїв англійської мови, норми їх мовленнєвої поведінки.

Результати навчання:

- **знати:**

- основний теоретичний матеріал про систему англійської мови, особливості функціонування мовних конструкцій, моделей та структур;
- граматичний матеріал у межах тем: ступені порівняння прикметників та прислівників, особові та присвійні займенники, прийменники часу та місця, сполучники, часові форми дієслова активного та пасивного стану, модальні дієслова, умовний спосіб дієслова (First conditional), інфінітивні конструкції з та без частки to (рівень A1);
- граматичний матеріал у межах тем: частини мови, утворення множини іменників, вживання артикля, ступені порівняння прикметників та прислівників, особливості вживання особових займенників, вживання часових форм дієслова активного та пасивного стану, модальні дієслова, узгодження часів, умовний спосіб дієслова, безособові дієслівні форми; ознайомляться з національними та соціокультурними особливостями країн, мова яких вивчається (рівень B1).

- **вміти:**

- читати і розуміти автентичні тексти з підручників та посібників, адаптованої літератури, оголошень, плакатів та каталогів;
- сприймати на слух і розуміти зміст навчального аудіо- чи відеозапису нижче середнього рівня складності сприйняття; виокремлювати ключові деталі інформації і успішно виконувати завдання на розуміння прослуханого;
- писати прості короткі записки, повідомлення, розповіді, короткі прості листи особистого характеру, мейли, листівки, заповнювати анкети, дотримуючись формату письмового висловлювання;
- спілкуватися в простих типових ситуаціях, що вимагають безпосереднього обміну інформацією в межах знайомих тем і видів діяльності, підтримувати коротку розмову на побутові теми.

Форма звітності: _____ **екзамен** _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ Семестр: 2

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 64 (лекції – __, практичні – 64, семінарські – __,
лабораторні - __)

Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна «Фізичне виховання» охоплює різні аспекти галузі фізичної культури та спорту, а також допомагає розширити теоретичні знання студентів закладів вищої освіти. Фізична культура і спорт об'єктивно сприяють політичному, економічному, соціальному і науково-технічному прогресу людства. Загальні принципи формування фізичної культури людини – це вихідні ідеї, теоретичні положення, які регламентують усі головні аспекти педагогічного процесу у сфері фізичної культури.

Результати навчання:

- **знати:**

- основи здорового способу життя, методики найбільш ефективних видів і форм раціональної рухової діяльності;
- основні аспекти теорії, методи й організації фізичного виховання з метою їх прикладного використання у процесі тренування та вдосконалення свого організму;
- основи професійно-прикладної фізичної підготовки.

- **вміти:**

- застосувати на практиці у своїй фізичній активності ефективні види і форм раціональної рухової діяльності та елементи професійно-прикладної фізичної підготовки;
- виконувати нормативи фізичної підготовки.

Форма звітності: _____ залік _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ (Безпека життєдіяльності, цивільний захист та сестринська справа) Семестр: 1

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 48 (лекції – 16 , практичні – 32 , семінарські – _-_,
лабораторні - _-_)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета вивчення дисципліни «Безпека життєдіяльності» – загальні компетентності щодо навиків здійснення безпечної діяльності та система цінностей, які передбачають відповідальну професійну й соціальну поведінку, а також здоровий спосіб життя, що є важливими для успішної професійної та соціальної діяльності.

Результати навчання:

- **знати:**

- сучасні проблеми та головні завдання безпеки життєдіяльності і організаційно-правові заходи її забезпечення;
- головні небезпечні та шкідливі чинники виробничого, побутового та позавиробничого середовищ;
- параметри навколишнього природного середовища, які визначають безпечні умови життєдіяльності людини;
- умови виникнення і розвитку небезпек, їхнього переростання у надзвичайні ситуації;
- основи функціонування організму людини як цілісної системи в сучасних умовах навколишнього середовища.

- **вміти:**

- оцінити на основі ризик-орієнтованого підходу середовище перебування щодо особистої безпеки, безпеки колективу, суспільства;
- обґрунтувати головні підходи та заходи збереження життя, здоров'я та захисту працівників в умовах загрози і виникнення небезпечних та надзвичайних ситуацій;
- визначити коло своїх обов'язків з питань професійної діяльності з урахуванням ризику виникнення небезпек, які можуть спричинити надзвичайні ситуації та привести до несприятливих наслідків на суб'єктах господарювання;
- забезпечити проведення навчання серед працівників та населення з питань безпеки життєдіяльності та дій у разі надзвичайних ситуацій;
- надати необхідну домедичну допомогу в разі виникнення невідкладного стану людини.

Форма звітності: _____ залік _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Економіка України Семестр: перший

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 48 (лекції - 32, практичні - 16, семінарські - ____,
лабораторні - ____)

Анотація навчальної дисципліни: Навчальна дисципліна орієнтована на вивчення теоретичних і прикладних засад функціонування національної економіки в умовах ринкового середовища. Метою є виявлення чинників, проблем та особливостей функціонування національної економіки, ознайомлення із сучасними концепціями реформування економіки України, аналіз поточної соціально-економічної та характеру реформ. Це дасть змогу оволодіти фаховими знаннями про механізми функціонування національної економіки та формування економістів-державотворців.

Результати навчання:

- **знати:**
- про предмет і методологічні засади вивчення економіки України;
- про економічні теорії та чинники розвитку національної економіки;
- про державні інституції та механізми регулювання економіки України;
- про структурні зміни в національній економіці та особливості регіональної політики;
- про формування ринкового середовища та інституційні перетворення в економіці України;
- про фінансову систему та основні засади фінансової політики;
- про зайнятість населення і найважливіші напрями соціальної політики в економіці України;
- про перспективні моделі розвитку економіки України;
- про зовнішньоекономічну стратегію розвитку економіки України.
- **вміти:**
- застосовувати понятійний апарат і методологію дослідження навчальної дисципліни „Економіка України”;
- визначати особливості і проблеми економічного і соціального розвитку України;
- аналізувати сучасний стан розвитку окремих галузей і сфер української економіки;
- з'ясувати можливі шляхи розв'язання проблем розвитку економіки України;
- обґрунтовувати використання інструментарію макроекономічної політики для регулювання процесів господарського життя в національній економіці;
- визначати найважливіші пріоритети і напрями економічної політики України.
- виявляти наслідки впливу суб'єктів господарювання на екологічну ситуацію в українській економіці;
- враховувати вплив глобалізаційних процесів на розвиток вітчизняної економіки.

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Основи економічної науки Семестр: 1

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);

аудиторні години - 48 (лекції - 32, практичні - 16, семінарські - , лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Предметом вивчення навчальної дисципліни є методологія сучасної економічної науки та механізми функціонування сучасних економічних систем. **Метою викладання** навчальної дисципліни є забезпечення достатньої основи для систематичного вивчення здобутків економічної науки та самостійного аналізу економічних явищ та процесів. **Основними завданнями** вивчення дисципліни є:

- 1) ознайомити студентів із понятійно-категоріальним апаратом економічної теорії;
- 2) розкрити природу економічних проблем та господарської поведінки суб'єктів національної економіки;
- 3) сформулювати уявлення про засади функціонування національної економіки та економічної системи;
- 4) розкрити систему визначників поведінки головних економічних суб'єктів.

Результати навчання:

• **знати:**

- 1) понятійний апарат сучасної економічної науки;
- 2) ключові відмінності в теоретичній спадщині представників різних напрямів економічної науки;
- 3) основні проблеми економічної організації суспільства;
- 4) роль та місце кожного із економічних суб'єктів у сучасній системі господарювання;

• **вміти:**

- 1) аналізувати національну економіку як цілісну систему з усіма її взаємозв'язками з іншими проявами людської життєдіяльності;
- 2) досліджувати структуру та ефективність функціонування товарних та фінансових ринків, ринків факторів виробництва;
- 3) моделювати поведінку споживачів за різних станів зовнішнього середовища;
- 4) прогнозувати господарські рішення фірм;
- 5) аналізувати поведінку державних інституцій та економічну політику.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Інформатика Семестр: 1

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 64 (лекції - 16 , практичні - 16 , семінарські -
0 ,
лабораторні - 32)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою викладання дисципліни є формування сучасного рівня інформаційної, комп'ютерної культури та наукового (інформаційного) світогляду, вироблення навиків ефективного використання сучасних комп'ютерів, мережевого і телекомунікаційного обладнання, використання сучасних інформаційних технологій для розв'язання різноманітних задач в практичній діяльності, отримання студентами знань у галузях інформатики, інформаційних технологій, комп'ютерної техніки та інформаційних систем.

Результати навчання:

- **знати:**

- структуру, принципи функціонування і методики використання сучасних комп'ютерів та комп'ютерних систем;
- критерії вибору найбільш ефективних програмних засобів для розв'язування проблеми;
- методику підготовки ділової кореспонденції програмними засобами;
- методику макетування складних документів;
- основні принципи роботи та функції Excel;
- технологію проектування структури бази даних;
- основи офісного програмування;
- основи веб-дизайну;
- технологію спілкування та отримання інформації засобами Інтернету та інформаційно-комунікаційних технологій;

- **вміти:**

- працювати з сучасними комп'ютерами;
- працювати в найпоширеніших операційних середовищах;
- використовувати різноманітні інструментальні (програмні) засоби;
- алгоритмізувати і програмувати різноманітні обчислювальні процеси;
- працювати з текстовими документами, використовуючи для їх оформлення різноманітні графічні засоби;
- опрацьовувати дані, подані у табличній формі;
- створювати та опрацьовувати бази даних;
- створювати та працювати з Web-сторінками;
- використовувати можливості глобальної мережі Інтернет;
- на науковій основі організувати свою працю, володіти сучасними методами і засобами збирання, зберігання, опрацювання, подання, передавання інформації, засобами підтримки інтелектуальної професійної діяльності;

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Вища математика Семестр: 1,2

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 240 (кредитів ЄКТС - 8);
аудиторні години - 128 (лекції - 64, практичні - 64, семінарські - ____,
лабораторні - ____)

Анотація навчальної дисципліни: дисципліна спрямована на забезпечення належної базової математичної підготовки студентів та сформувати у них вміння застосовувати її для аналізу різноманітних економічних явищ в умовах ринкових відносин.

Результати навчання:

знати:

- різні види рівнянь на площині, умови паралельності та перпендикулярності прямих;
- канонічні рівняння кривих другого порядку;
- види рівнянь площини та прямої у просторі та застосовувати їх до розв'язування задач;
- головні властивості функцій;
- знати формули Муавра.

вміти

- виконувати дії над комплексними числами в алгебраїчній, тригонометричній формах запису комплексного числа;
- виконувати дії над матрицями; обчислювати визначники 2-го, 3-го та вищих порядків;
- знаходити обернену матрицю, ранг матриці;
- обчислювати скалярний, векторний та мішаний добутки векторів;
- обчислювати похідні першого та вищих порядків, розкладати функції за формулами Тейлора та Маклорена;
- обчислювати невизначені та визначені інтеграли різними методами;
- обчислювати похідні та диференціали функцій багатьох змінних;

Форма звітності: _____ **залік, екзамен** _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ **українська** _____

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: _____ Макроекономіка _____ Семестр: 2 _____

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 80 (лекції - 48, практичні - 32, семінарські - ,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні та прикладні проблеми дослідження макроекономічних явищ та процесів. **Метою викладання** навчальної дисципліни є формування цілісного уявлення студентів про взаємозв'язки між макроекономічними явищами та процесами і забезпечення основ для самостійного аналізу ефективності макроекономічної політики.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- 1) ознайомити студентів із понятійно-категоріальним апаратом та інструментарієм сучасної макроекономіки;
- 2) розкрити природу макроекономічних проблем та особливості агрегованої поведінки суб'єктів національної економіки;
- 3) сформулювати уявлення про механізми формування макроекономічної рівноваги та причини економічних коливань;
- 4) розкрити принципи та механізми макроекономічної політики.

Результати навчання:

• **знати:**

- 1) ключові відмінності в поглядах представників різних шкіл та напрямів макроекономічної науки;
- 2) основні канали взаємозв'язку між монетарною та реальною економіками на макrorівні;
- 3) основні методи та моделі аналізу агрегованої економічної поведінки;
- 4) причини та наслідки різних проявів макроекономічної нестабільності;
- 5) інструменти та методи оцінки ефективності макроекономічної політики;

• **вміти:**

- 1) самостійно аналізувати макроекономічні показники та наслідки макроекономічної політики;
- 2) прогнозувати розвиток національної економіки в коротко- та довгостроковій перспективі;
- 3) формулювати власні судження щодо доцільності реалізації тієї чи іншої макроекономічної стратегії;
- 4) застосовувати макроекономічне моделювання для оцінки ефективності та перспектив розвитку національної економіки;

Форма звітності: _____ екзамен _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ українська _____

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: _____ Правознавство _____ Семестр: 2 _____

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 48 (лекції - 32, практичні - 16, семінарські - ,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета: формування теоретичних знань та вироблення навичок, щодо практичного застосування норм права, формування у студентів високої правосвідомості та підвищення правової культури, вироблення навичок необхідних для аналізу правових норм та їх застосування на практиці, а також недопущення правового нігілізму.

Завдання:

- освоєння теоретичного матеріалу;
- розгляд і вирішення студентами практичних ситуацій, що виникають в сфері правовідносин;
- підготовка студентами проектів правових документів;
- визначення сутності правової системи сучасної України;
- ознайомлення студентів з основними галузями права.

Результати навчання:

знати:

- загальнотеоретичні правові поняття та терміни з курсу «Правознавство»;
- структуру права та законодавства;
- поняття і ознаки правосвідомості та правової культури, правової поведінки та юридичної відповідальності; -питання функціонування системи права, дії механізму правового регулювання;

- підстави виникнення, зміни та припинення правових відносин;
- основи конституційного права України;
- органи державної влади та місцевого самоврядування України;
- судові, правоохоронні та правозахисні органи України;
- основні визначення та поняття основних галузей права України;
- джерела права України;
- правила підготовки та застосування нормативно-правових актів в Україні.

вміти:

- володіти загальнотеоретичними поняттями і термінами та вміти їх використовувати;
- характеризувати і тлумачити норми Конституції та чинного законодавства України;
- правильно застосовувати у практичній діяльності та повсякденному житті закони та підзаконні акти України;
- орієнтуватися в сучасному правовому полі;
- розмежовувати правові відносини у суспільстві;
- використовувати правові процедури захисту прав і свобод людини у судових та інших державних органах України;
- правильно користуватися спеціальною літературою з різних галузей права України;
- грамотно оцінювати юридичні факти, аналізувати сучасні проблеми розвитку суспільства і виробляти власну життєву позицію.

Форма звітності: _____ залік _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ українська _____

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ВСТУП ДО ФАХУ Семестр: 2

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 48 (лекції – 32, практичні – 16, семінарські – __,
лабораторні - __)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета вивчення курсу «Вступ до фаху» полягає у засвоєнні студентами знань про основні положення, принципи, методи та особливості маркетингу; оволодінні практичними навиками використання комплексу основних елементів та інструментів маркетингу; отриманні студентами теоретичних та практичних знань для вирішення конкретних маркетингових завдань.

Результати навчання:

- **знати:**
 - загальні вимоги та компетенції фахівців з маркетингу;
 - етапи становлення маркетингу, особливості розвитку маркетингу в Україні;
 - основні терміни і поняття маркетингу як науки.
- **вміти:**
 - формувати цілі та завдання маркетингу;
 - аналізувати інформацію про підприємство, його внутрішнє та зовнішнє середовище;
 - володіти інструментарієм здійснення економічного та маркетингового аналізу.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: СОЦІОЛОГІЯ Семестр: 2

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години - 80 (лекції – 48, практичні - , семінарські – 32,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Соціологія» є розкриття найактуальніших проблем, що торкаються сучасного розвитку соціології; вивчення студентами суспільства, різновидів соціальних груп та основ міжособової взаємодії, особливостей організації та проведення соціологічних досліджень, використання кількісних та якісних методів збору соціологічної інформації.

Результати навчання:

- **знати:**

- специфіку об'єкта та предмета, понятійно-категоріальний апарат соціології;
- основи соціологічного аналізу особистості, міжособової взаємодії та суспільства загалом;
- основні методологічні принципи організації та проведення соціологічного дослідження.

- **вміти:**

- розробити програму соціологічного дослідження;
- організувати проведення соціологічного дослідження щодо вивчення актуальних проблем розвитку суспільства;
- обґрунтувати та обчислити вибірку сукупність для проведення опитувань громадської думки та експертних досліджень.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Мікроекономіка Семестр: 3

Спеціальність (спеціалізація): 075 «Маркетинг»

загальна кількість годин - 150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години - 64 (лекції - 32, практичні - , семінарські - 32,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Предметом вивчення навчальної дисципліни є поведінка на ринку окремих економічних суб'єктів, які прагнуть отримувати вигоду та досягати власної мети, оптимально використовуючи обмежені ресурси, що можуть мати альтернативне застосування. **Метою викладання** навчальної дисципліни є формування системи знань з теорій поведінки споживача, фірми, ринкових структур, ринків споживчих товарів і послуг та забезпечення основ для самостійного аналізу ефективності використання ресурсів окремими економічними одиницями. **Основними завданнями** вивчення дисципліни є:

- 1) ознайомити студентів із понятійно-категоріальним апаратом та інструментарієм сучасної мікроекономіки;
- 2) розкрити методи та принципи мікроекономічного аналізу, побудови мікроекономічних моделей;
- 3) вивчення базових положень мікроекономічної теорії;
- 4) набуття навиків використання інструментарію мікроекономічного аналізу для дослідження поведінки окремих економічних суб'єктів та можливих для них наслідків державного втручання в ринковий механізм.

Результати навчання:

знати:

- 1) ключові відмінності між об'єктом і предметом мікроекономіки та макроекономіки та їхні спільні риси як окремих частин аналітичної економіки;
- 2) основні складники ринкового (цінового) механізму та взаємозв'язки між ними;
- 3) основні методи та моделі аналізу поведінки економічних суб'єктів на мікрорівні господарської системи;
- 4) причини та наслідки державного втручання у функціонування ринкового механізму.

вміти:

- 1) використовувати інструментарій мікроекономіки для аналізу різноманітних ситуацій, що виникають у ринковій економіці.
- 2) прогнозувати поведінку економічних суб'єктів в коротко- та довгостроковому періодах;
- 3) формулювати власні судження щодо доцільності реалізації тієї чи іншої стратегії з огляду на її вплив на фірму, домогосподарство, індивіда чи галузь економіки;
- 4) застосовувати мікроекономічне моделювання для оцінки ефективності поведінки економічних суб'єктів;
- 5) самостійно аналізувати мікроекономічні показники та наслідки державного втручання у функціонування ринків;

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Оптимізаційні методи і моделі Семестр: 3

Спеціальність (спеціалізація): 075 «Маркетинг»

загальна кількість годин - 150 (кредитів ЄКТС - 5);

аудиторні години - 64 (лекції - 32, практичні - 32)

Анотація навчальної дисципліни:

Основною метою викладання дисципліни "Оптимізаційні методи та моделі" є формування у студентів економічних спеціальностей теоретичних знань та компетенцій стосовно принципів і методики побудови економіко-математичних моделей економічних об'єктів і процесів, побудови та аналізу оптимізаційних моделей, методів оптимізації, їх адекватного застосування в теоретичних та прикладних дослідженнях.

Основними завданнями, що мають бути вирішені у процесі викладання дисципліни є надання студентам знань щодо основних принципів, методів, інструментарію економіко-математичного моделювання, основних методів оптимізації, побудови та застосування оптимізаційних моделей з метою адекватного використання в широкому спектрі економічних досліджень.

Предмет дисципліни методологія та інструментарій аналізу економічних систем, явищ на підґрунті застосування адекватних математичних моделей і методів оптимізації, що дозволяє здійснювати аналіз та приймати оптимальні управлінські рішення.

Результати навчання:

знати:

- концептуальні засади, принципи і підходи до побудови оптимізаційних економіко-математичних моделей;
- основні класи оптимізаційних моделей, що використовуються для дослідження економічних процесів;
- основні методи розв'язування оптимізаційних задач.

вміти:

- визначати обсяг необхідної інформації для чіткої постановки та розв'язування оптимізаційних задач;
- здійснювати побудову економіко-математичних моделей широкого спектра прикладних проблем стосовно управління підприємницькою діяльністю;
- використовувати відповідне програмне забезпечення для розв'язування оптимізаційних задач;
- проводити аналіз оптимальних планів задач математичного програмування з метою надання практичних рекомендацій стосовно напрямків вдосконалення досліджуваного процесу.

Форма звітності: _____ екзамен _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ українська _____

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА Семестр: 2

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години - 64 (лекції – 32, практичні – 32, семінарські – __,
лабораторні - __)

Анотація навчальної дисципліни:

Мета вивчення даної дисципліни є набуття студентами комплексних знань про найважливіші теоретичні і практичні аспекти світогосподарських зв'язків, їх сучасну інтерпретацію.

Завдання: задачі курсу спрямовані на: розуміння суті МЕВ, взаємозв'язки їх форм, суб'єктів та рівнів; вміння аналізувати і оцінювати економічне, політико-правове, соціально-культурне середовище та інфраструктуру МЕВ; вивчення принципів і законів розвитку МЕВ, процесів міжнародного поділу праці, спеціалізації та кооперування; форм, методів і механізмів регулювання міжнародної торгівлі, процесів міграції робочої сили та руху капіталу; одержання знань з основних питань та проблем функціонування світової валютної системи, методології міжнародних розрахунків; розуміння логіки, напрямків і форм розвитку процесів міжнародної економічної інтеграції; вивчення основних видів і форм міжнародного бізнесу; вивчення форм спільного підприємництва; вміння використовувати одержані знання у практичній зовнішньоекономічній діяльності України, враховуючи тенденції і перспективи розвитку міжнародних економічних відносин. Ефективній реалізації цілей та завдань курсу підпорядкована логіка його викладання, структура та зміст тем.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГ Семестр: 3,4

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 330 (кредитів ЄКТС - 11);
аудиторні години - 160 (лекції – 80, практичні - , семінарські – 80,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення дисципліни «Маркетинг» є ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами маркетингу; набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств.

Результати навчання:

• знати:

- сутність маркетингу, його основні положення та напрями використання маркетингової діяльності;
- місце маркетингу в структурі управління та функціонування підприємства;
- комплекс маркетингових стратегій та поведінку конкурентів на внутрішньому та міжнародному ринках;
- процес прийняття рішень споживачем та мотиваційні чинники, що на нього впливають.

• вміти:

- аналізувати маркетингове середовище підприємства та визначати основні параметри ринку якої-небудь продукції;
- здійснювати сегментацію ринків і розробляти заходи щодо позиціонування товарів;
- розробляти маркетингові заходи з урахуванням взаємодії елементів комплексу маркетингу.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Статистика Семестр: 4

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 180 (кредитів ЄКТС - 6);
аудиторні години - 80 (лекції - 32 , практичні - _ , семінарські - 32,
лабораторні - 16)

Анотація навчальної дисципліни:

Аналіз стану та перспектив розвитку регіонів передбачає визначення основних індикаторів економічного, соціального, демографічного, екологічного стану регіонів, котрі б забезпечили комплексну та всебічну оцінку соціально-економічного розвитку території.

Предметом статистики є методи та прийоми збирання, обробки і аналізу статистичної інформації, система аналітичних показників, логіка та алгоритми їх побудови.

Основною метою навчальної дисципліни є сформувати у студентів системне уявлення про статистику як окрему науку, а відповідно основними завданнями є: розвинути сукупність знань про методи статистичного оцінювання економічних процесів та організацію системи такої оцінки, допомогти опанувати теоретичні положення теорії

Результати навчання:

• знати:

- як ідентифікувати та вивчати закономірності розвитку явищ;
- як збирати інформацію про них та групувати матеріали спостережень;
- як інтерпретувати значення будь-якого статистичного критерію;
- як розраховувати необхідні узагальнюючі показники для дослідження конкретних цілей і наявних даних.

• вміти:

- будувати систему показників з метою комплексної оцінки стану та розвитку економіки;
- обирати відповідні статистичні методи аналізу
- моделювати та прогнозувати зміни досліджуваних процесів чи явищ
- робити обґрунтовані висновки та рекомендації за результатами статистичних досліджень.

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

Робоча програма дисципліни: <http://e-learning.lnu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=6394>
(посилання на робочу програму дисципліни на сайті Університету)

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Теорія ймовірностей та математична статистика Семестр: 4

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 64 (лекції - 32, практичні - 32, семінарські - 0,
лабораторні - 0)

Анотація навчальної дисципліни: Розглянуто основні відомості, поняття та теореми з теорії ймовірностей та математичної статистики, методи обчислення ймовірностей випадкових подій та випадкових величин, числові характеристики та основні закони розподілу випадкових величин, закон великих чисел та граничні теореми теорії ймовірностей, методи аналізу статистичної інформації. Описано підходи до опрацювання емпіричних даних, одержання точкових та інтервальних статистичних оцінок невідомих параметрів, перевірки статистичних гіпотез на основі вибіркових даних. Коротко охарактеризовано елементи дисперсійного аналізу, теорії регресії і кореляції. Наведено приклади знаходження ймовірності складних та залежних випадкових подій, числових характеристик випадкових величин.

Результати навчання:

- **знати:**

- основні поняття і теореми теорії ймовірностей, методи обчислення ймовірностей випадкових подій та випадкових величин;
- закон великих чисел та граничні теореми теорії ймовірностей;
- числові характеристики та основні закони розподілу випадкових величин;
- базові поняття математичної статистики;
- методи опрацювання емпіричних даних, одержання точкових та інтервальних статистичних оцінок невідомих параметрів, перевірки статистичних гіпотез на основі вибіркових даних;
- елементи дисперсійного аналізу, теорії регресії і кореляції

- **вміти:**

- знаходити ймовірності складних та залежних випадкових подій;
- виконувати якісний і кількісний математичний аналіз випадкових подій і випадкових величин та систем таких величин;
- проводити математичну обробку статистичних даних, розрахунок статистичних оцінок параметрів генеральної сукупності, статистичну перевірку гіпотез;
- застосовувати методи аналізу статистичної інформації для розв'язання типових практичних задач з поданням результатів у необхідному вигляді (числа, формули, графіка тощо);
- встановлювати теоретико-ймовірнісні закономірності та використовувати отримані результати для обґрунтування прийнятих рішень.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ГРОШІ І БАНКІВНИЦТВО Семестр: 4

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години –64 (лекції –32, практичні - ,семінарські –32,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації» є вивчення комунікаційної діяльності у сфері маркетингу; стратегій і тактик маркетингових комунікацій на ринку України та розвинених країн; правил та умов застосування реклами, стимулювання збуту, PR, прямого маркетингу, персонального продажу та інших інструментів у діяльності сучасних компаній; алгоритмів розрахунку ефективності діяльності комунікаційного звернення цільової аудиторії.

Результати навчання:

- **знати:**
 - сутність маркетингових комунікацій, їх основні елементи та напрями використання у маркетинговій діяльності;
 - місце маркетингових комунікацій у ефективності функціонування підприємства;
 - особливості взаємодії маркетингових комунікацій на різних ринках;

- **вміти:**
 - аналізувати вплив маркетингових комунікацій на діяльність фірми;
 - застосовувати елементи маркетингових комунікацій в діяльності компанії;
 - обґрунтовувати необхідність певного виду маркетингових комунікацій в різних ситуаціях;
 - застосовувати отримані знання в практичній діяльності.

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: _____ **МЕНЕДЖМЕНТ** _____ Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 «Маркетинг»

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);

аудиторні години - 64 (лекції – 32, практичні / семінарські – 32, лабораторні - 0)

Анотація навчальної дисципліни:

Головною метою викладання дисципліни є формування у майбутніх менеджерів сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища; прийняття адекватних управлінських рішень. Основними завданнями вивчення дисципліни є: знання принципів та функцій менеджменту; аналіз системи методів управління; знання змісту процесів та технології управління; дослідження основ планування, здійснення мотивування та контролювання; аналіз організації взаємодії та повноважень; знання технології прийняття рішень у менеджменті; вивчення інформаційного забезпечення процесу управління; дослідження керівництва та лідерства, стилів управління; визначення відповідальності у менеджменті; вміння оцінювати ефективність управління.

Результати навчання:

- **знати:**
 - вимоги, які висуває ринкове середовище до менеджерів;
 - основні фактори внутрішнього і зовнішнього середовища організації, які можуть мати вплив на неї;
 - теоретичну базу управління (закони, закономірності, принципи, функції та методи);
 - алгоритм ухвалення управлінського рішення;
 - соціально-психологічні аспекти менеджменту тощо;
- **вміти:**
 - з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки в організаціях, аналізувати й узагальнювати матеріал у певній системі, порівнювати факти на основі здобутих з різних джерел знань;
 - визначати ролі, які повинні виконувати менеджери в організаціях;
 - аналізувати головні проблеми, вимоги та перспективи розвитку сучасного менеджменту;
 - аналізувати природу середовища організації та ідентифікувати сферу її інтересів;
 - з'ясувати суть процесу планування та формулювати цілі організації;
 - визначати ефективні методи ухвалення управлінських рішень;
 - характеризувати вихідні положення, технології та ефективність організаційних змін та організаційного розвитку тощо.

Форма звітності: екзамен

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Фінанси Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 64 (лекції - 32, практичні - 32, семінарські - ____,
лабораторні - ____)

Анотація навчальної дисципліни: навчальна дисципліна орієнтована на формування базових знань з теорії фінансів, засвоєння закономірностей їх функціонування на макро- і мікрорівнях як теоретичної основи фінансової політики і розвитку фінансової системи.

Результати навчання:

• **знати:**

- основні наукові підходи та сучасні концепції розвитку фінансів;
- структуру ланок фінансової системи держави та основні взаємозв'язки між ними;
- організаційну структуру управління фінансовою системою;
- фінансовий механізм держави та його складові;
- основні проблеми, які виникають в ході функціонування фінансового механізму та засоби їх розв'язання;
- форми і види фінансових ресурсів, які є у розпорядженні суб'єктів фінансових відносин;
- роль фінансів в розвитку ринкових відносин;
- можливості використання фінансів для формування ефективної економічної політики держави;

• **вміти**

- порівнювати та аналізувати погляди різних течій і шкіл та вчених;
- об'єктивно оцінювати економічні процеси, які відбуваються в суспільстві;
- аналізувати тенденції розвитку фінансової системи держави, їх окремих ланок, визначати вплив і взаємозв'язок фінансової сфери та соціально-економічних процесів у національній економіці;
- розробляти й вирішувати актуальні питання теорії і практики здійснення фінансової політики держави;
- застосовувати знання з фінансової науки в практичній діяльності.

Форма звітності: _____ **екзамен** _____
(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ **українська** _____

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

*загальна кількість годин - 150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години - 80 (лекції – 48, практичні - , семінарські – 32,
лабораторні - -)*

Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення дисципліни «Маркетинг промислового підприємства» є формування теоретичних і практичних знань щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку, оволодіння навиками планування та застосування сучасних методів управління маркетинговою і комунікативною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу промислової продукції.

Результати навчання:

- **знати:**
 - сутність маркетингу промислових підприємств, його основні положення та напрями використання маркетингової діяльності
 - елементи комплексу маркетингу та їх взаємодію на ринку товарів промислового призначення;
 - стратегії фірм та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації та позиціонування для товарів промислового призначення;
 - особливості формування маркетингової політики промислових підприємств.
- **вміти:**
 - аналізувати маркетингове середовище промислового підприємства;
 - здійснювати відбір цільових ринків та обґрунтовувати ринкову стратегію промислового підприємства;
 - розробляти маркетингові заходи з урахуванням взаємодії елементів комплексу маркетингу на ринку товарів промислового призначення.

Форма звітності: **екзамен**
(екзамен, залік)

Мова вивчення: **українська**

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: Економіка підприємства Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 "Маркетинг"

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);

аудиторні години - 80 (лекції - 48, практичні - 32, семінарські - ____,

лабораторні - __)

Анотація навчальної дисципліни: навчальна дисципліна орієнтована на вивчення, узагальнення та систематизацію ключових понять прикладної економіки, визначення особливостей організації та ефективного функціонування первинної ланки ринкової системи господарювання; систематизація теоретичних і практичних знань з питань ефективного управління їх діяльністю

Знати:

- сутнісну характеристику підприємства, як суб'єкта господарювання та його роль в ринковій економіці;
- основні чинники та умови, які визначають ефективність здійснення підприємством підприємницької діяльності;
- правові основи забезпечення підприємницької діяльності підприємства;
- методи і принципи управління підприємством та механізми організації системи управління підприємством;
- особливості ресурсного обґрунтування діяльності підприємства;
- кадрову політику і особливості управління персоналом підприємства;
- джерела утворення та шляхи відновлення основних засобів підприємства;
- сутність та джерела фінансування нематеріальних активів;
- юридичні основи захисту і розпорядження прав інтелектуальної власності;
- сутність, структуру, особливості формування і використання інвестицій підприємства та джерела їхнього фінансування;
- сутність інноваційних процесів на підприємстві;
- зміст науково-технічного прогресу та його напрямів;

Вміти:

- організовувати та започатковувати підприємницьку діяльність;
- самостійно розробляти організаційну і виробничу структури управління підприємством;
- обирати оптимальну модель управління підприємством;
- аналізувати забезпеченість підприємства персоналом;
- планувати необхідний обсяг персоналу підприємства;
- використовувати відповідні показники для оцінки майна підприємства;
- визначати ефективність використання основних і оборотних засобів підприємства;
- оцінювати ефективність інвестицій підприємства з урахування чинника часу;
- оцінити ефективність технічних та організаційних нововведень на підприємстві

Форма звітності: _____ **екзамен** _____

(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ **українська** _____

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Маркетингове ціноутворення Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075

Маркетинг _____

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);

аудиторні години - 64 (лекції - 32, практичні - 32, семінарські - _____,
лабораторні - _____)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою викладання навчальної дисципліни “Маркетингове ціноутворення” є формування у студентів системи теоретичних знань щодо розроблення та реалізації маркетингової цінової політики, висвітлення питань ціноутворення на нові і традиційні товари та послуги, які виробляють і надають підприємства.

Дисципліна призначена сформувати у студента комплексний підхід до вирішення завдань з маркетингового ціноутворення, що стоять перед підприємством будь-якої форми власності та специфіки діяльності.

Результати навчання:

знати:

- основні стратегії ціноутворення,
- процедури прийняття рішень щодо визначення ціни,
- особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні;

вміти:

- застосовувати здобуті знання у процесі маркетингового ціноутворення на підприємстві;
- організовувати та здійснювати маркетингове ціноутворення;
- аналізувати, оцінювати і співставляти різні стратегії ціноутворення залежно від ринкової ситуації;
- застосовувати здобуті знання в аналізі прикладних проблем.

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 051 Економіка («Бізнес-економіка»)

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 28 (лекції – 14, практичні - , семінарські – 14,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Поведінка споживача» є вивчення суті та особливостей поведінки споживача; внутрішніх та зовнішніх чинників, що її зумовлюють; потреб та мотивів поведінки споживача; особливостей впливу референтних груп на поведінку споживача, процесу прийняття рішення про покупку споживачем; моделей індивідуальної споживчої поведінки та особливостей споживчої поведінки вітчизняних домогосподарств в сучасних соціально-економічних умовах.

Результати навчання:

- **знати:**

- суть, особливості та чинники формування поведінки споживача;
- загальні та спеціальні теорії мотивації споживачів;
- різновиди та джерела формування знань споживача;
- моделі прийняття споживачем рішення про покупку.

- **вміти:**

- вивчати потреби споживача;
- досліджувати особливості та чинники формування поведінки споживача;
- застосовувати маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача;
- досліджувати та аналізувати особливості споживчої поведінки домогосподарств.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин – 90 (кредитів ЄКТС -3);
аудиторні години – 64 (лекції - 32 , практичні – ; семінарські – 32,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Вивчення навчальної дисципліни передбачає отримати навички відображення відомостей про господарські операції суб'єктів господарювання в розрізі видів діяльності у фінансовому та управлінському обліку, їх систематизації, узагальнення у звітності та інтерпретації для задоволення інформаційних потреб осіб, що приймають рішення; навчитися здійснювати облікові процедури із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій.

Результати навчання:

знати:

- основні законодавчі та нормативні акти, якими регламентується питання бухгалтерського обліку та звітності; економічну сутність бухгалтерського обліку, його структуру та методи ведення; загальні вимоги, які ставляться до фінансової звітності;
- технології обробки економічних даних, етапи розвитку та структуру інформаційної системи та технології обліку, критерії оцінки бізнес-процесів при вирішенні облікових задач.

вміти:

- складати звітність підприємства, вести журнал реєстрації господарських операцій за хронологічним принципом, визначати тип змін в балансі під впливом господарських операцій, систематизувати інформацію на бухгалтерських рахунках і регістрах бухгалтерського обліку, розкривати економічний зміст бухгалтерських проводок, вести синтетичний та аналітичний облік на рахунках обліку, заповнювати первинні документи, облікові регістри та складати звітність
- використовувати інформаційні ресурси у професійній діяльності, розв'язувати облікові задачі за допомогою спеціалізованих комп'ютерних програм

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 80 (лекції – 48, практичні - , семінарські – 32,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетингова політика розподілу» є вивчення студентами можливих каналів розподілу товарів (послуг): їх функцій, різновидів, тенденцій розвитку, рішень щодо управління; з'ясування особливостей процесу відбору учасників каналу розподілу та маркетингової логістики та відпрацювання практичних навичок вирішення маркетингових завдань щодо розподілу продукції.

Результати навчання:

- **знати:**
 - мету та основні завдання маркетингової політики розподілу;
 - різновиди внутрішніх структур каналів розподілу;
 - види маркетингових посередників та вимоги до їх відбору;
 - критерії та методику вибору каналів розподілу.
- **вміти:**
 - оцінювати і вибирати найефективніші канали розподілу;
 - застосовувати маркетингові інструменти при формуванні системи товароруку і механізмів використання каналів розподілу;
 - визначати оптимальний рівень витрат у процесі товарного руху;

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 80 (лекції – 48, практичні - , семінарські – 32,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення дисципліни «Маркетингова товарна політика» є формування теоретичних знань та практичних навичок формування і ефективного управління товарною політикою підприємства, маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів і послуг ринкової новизни.

Результати навчання:

- **знати:**
 - мету та основні завдання маркетингової товарної політики підприємства;
 - процес розробки товарної політики підприємства та принципи формування товарного асортименту й номенклатури товарів;
 - методику розробки товарів та послуг ринкової новизни та заходів оптимізації товарної політики підприємства;
 - основні принципи формування попиту на ринку окремого товару;
 - стратегії фірм та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації та позиціонування;
 - розуміти місце й роль ціни в системі ринкових характеристик товару та у процесі формування товарної політики підприємства;
 - основні поняття та визначення якості товарів і послуг, показники та методи оцінки якості товарів і послуг;
- **вміти:**
 - здійснювати сегментацію ринків і розробляти заходи щодо позиціонування товарів;
 - здійснювати відбір цільових ринків та обґрунтовувати ринкову стратегію фірми;
 - аналізувати та модифікувати товарну номенклатуру та товарний асортимент підприємства;
 - організувати ефективний продаж товарів і послуг та визначати конкурентоспроможність продукції на ринку;
 - розробляти та впроваджувати ефективні засоби впливу на споживачів з метою формування і стимулювання попиту на конкретні види товарів;
 - здійснювати моніторинг рекламних агенцій, видів та засобів реклами;
 - виконати певний обсяг робіт, пов'язаних з позиціонуванням товару на ринку, обґрунтуванням цілей та завдань товарної політики підприємства;
 - здійснювати аналіз та управління життєвим циклом товару підприємства;

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ Семестр: 7,8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 210 (кредитів ЄКТС - 7);
аудиторні години - 120 (лекції – 60, практичні - , семінарські – 46,
лабораторні - 14)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Поведінка споживача» є вивчення суті, мети, завдань, об'єкту, предмету, етапів, різновидів та методології маркетингових досліджень; значення та джерела маркетингової інформації; особливостей визначення проблеми та підходу до проведення маркетингового дослідження; специфіки організації пошукового, описового та причинно-наслідкового маркетингового дослідження; методів збору вторинної та первинної інформації; методів формування вибірки.

Результати навчання:

- **знати:**

- суть, основні етапи, різновиди та сфери застосування маркетингових досліджень;
- переваги та недоліки методів, які можуть використовуватись у процесі маркетингового дослідження для розв'язання конкретних маркетингових проблем;
- особливості проведення польових досліджень, обробки та аналізу зібраних первинних даних.

- **вміти:**

- визначати проблему маркетингового дослідження та обирати підхід до його проведення;
- знаходити та аналізувати необхідну вторинну інформацію;
- застосовувати кількісні та якісні методи збору маркетингової інформації;
- інтерпретувати отримані результати та використовувати їх для підтвердження чи спростування гіпотез, запропонованих у процесі маркетингового дослідження.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: _____ **ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ** _____ Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 «Маркетинг»

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);

аудиторні години - 32 (лекції – 16, практичні / семінарські – 16, лабораторні -0)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення дисципліни є набуття знань та формування у майбутніх фахівців (бакалаврів) компетенцій вирішувати типові завдання професійної діяльності з усвідомленням обов'язку виконання всіх вимог і заходів з охорони праці забезпечуючи збереження життя, здоров'я і працездатності людини в процесі трудової діяльності. Завданням вивчення дисципліни є набуття студентами знань та умінь ефективно вирішувати завдання управлінської, виробничо-технологічної, проектно-конструкторської та організаційної діяльності з обов'язковим урахуванням вимог охорони праці.

Результати навчання:

- **знати:**
 - правові та організаційні основи охорони праці, структуру і завдання управління охороною праці на виробництві;
 - основи фізіології, гігієни праці та виробничої санітарії;
 - принципи, методи і засоби контролю параметрів шкідливих і небезпечних виробничих чинників на робочих місцях;
 - основні заходи і засоби захисту працівників від шкідливих і небезпечних виробничих чинників типових для певних видів діяльності;
 - основи електро- і пожежної безпеки під час виконання робіт;
- **вміти:**
 - використовувати положення законів, нормативно-правових актів і нормативно-технічних документів у практичній діяльності під час виконання професійних функцій;
 - дотримуватися вимог безпеки експлуатації технологічного устаткування і процесів під час виконання робіт, в також заходів з електро- та пожежної безпеки;
 - впроваджувати профілактичні заходи щодо запобігання професійних захворювань та професійних отруєнь, травматизму, аварій і пожеж;
 - впроваджувати і контролювати виконання перспективних, оперативних і поточних планів, наказів і розпоряджень органів управління підприємства з охорони праці.

Форма звітності: залік

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години –56 (лекції –28, практичні - ,семінарські –28,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» є вивчення особливостей застосування маркетингу у сфері послуг як специфічного продукту; умов, механізмів та інструментів використання маркетингових інструментів у діяльності сервісних організацій (підприємств); засвоєння знань щодо розробки маркетингових стратегій та складових маркетингу-мікс (цінова, товарна, комунікативна, розподільча політики) для підприємств сфери послуг.

Результати навчання:

- **знати:**
 - зміст та особливості маркетингу сфери послуг;
 - моделі маркетингу у сфері послуг;
 - етапи створення послуг-новинок та розробку інноваційної політики у сфері послуг;
 - підходи до планування маркетингу у сфері послуг;
- **вміти:**
 - досліджувати та аналізувати маркетингову стратегію підприємств на ринку послуг;
 - досліджувати особливості впровадження елементів комплексу маркетингу на підприємствах сфери послуг;
 - розробляти маркетингову комунікаційну політику підприємств сфери послуг.

Форма звітності: екзамен
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години –56 (лекції –28, практичні - ,семінарські –28,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації» є вивчення комунікаційної діяльності у сфері маркетингу; стратегій і тактик маркетингових комунікацій на ринку України та розвинених країн; правил та умов застосування реклами, стимулювання збуту, PR, прямого маркетингу, персонального продажу та інших інструментів у діяльності сучасних компаній; алгоритмів розрахунку ефективності діяльності комунікаційного звернення цільової аудиторії.

Результати навчання:

- **знати:**
 - сутність маркетингових комунікацій, їх основні елементи та напрями використання у маркетинговій діяльності;
 - місце маркетингових комунікацій у ефективності функціонування підприємства;
 - особливості взаємодії маркетингових комунікацій на різних ринках;
- **вміти:**
 - аналізувати вплив маркетингових комунікацій на діяльність фірми;
 - застосовувати елементи маркетингових комунікацій в діяльності компанії;
 - обґрунтовувати необхідність певного виду маркетингових комунікацій в різних ситуаціях;
 - застосовувати отримані знання в практичній діяльності.

Форма звітності: екзамен

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години –48 (лекції –32, практичні - ,семінарські –16,
лабораторні - _)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Економіка та організація торгівлі» є вивчення сукупності упорядкованих і взаємодіючих організаційних елементів (торговельних підприємств, організацій, підсистем), що створюють цілісну систему торговельної діяльності, а також комплексу цілеспрямованих організуючих дій, що забезпечують функціонування торгівлі.

Результати навчання:

- **знати:**
 - організаційні моделі в системі торгівлі;
 - сутність товаропостачання та форми доставки товару оптовим покупцям;
 - поняття, склад і структуру об'єктів системи роздрібної торгівлі;
 - принципи і завдання організації роздрібної мережі.

- **вміти:**
 - організовувати торгово-технологічний процес на підприємствах оптової торгівлі;
 - організовувати транспортне, тарне та технічне забезпечення технологічних процесів в оптовій торгівлі;
 - визначати потребу в товарах та оформлювати замовлення в гуртовій та роздрібній торгівлі.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години –48 (лекції –32, практичні - ,семінарські –16,
лабораторні - _)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Економічна психологія» є вивчення закономірностей формування, функціонування та розвитку психіки й поведінки людини під впливом явищ, що мають економічну природу походження; навчити використовувати психологічний підхід в управлінні економічною поведінкою людей.

Результати навчання:

- **знати:**
 - методологію дослідження психологічних процесів в економіці;
 - систему психологічних факторів вибору економічної поведінки;
 - принципи психологічного управління економічними процесами;
 - методи визначення системи цінностей сучасних суб'єктів економічних взаємовідносин.

- **вміти:**
 - дослідити та оцінити психологічні закономірності у сфері господарської діяльності;
 - дослідити та визначити моделі економічної поведінки;
 - визначити тип поведінки споживача та грошовий тип особистості;
 - визначити психологічні основи поведінки споживачів і розробити рекомендації щодо підвищення ефективності управління їх поведінкою.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: Статистичне забезпечення маркетингу Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години - 48 (лекції - 32, практичні - 16, семінарські - ____,
лабораторні - ____)

Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна “Статистичне забезпечення маркетингу” є вибірковою дисципліною циклу професійної підготовки бакалаврів з маркетингу. Предметом вивчення навчальної дисципліни є кількісна сторона масових явищ і процесів, які відбуваються на ринках продукції, сировини, капіталів і робочої сили, методологія розрахунку і аналізу найважливіших показників, які використовуються у практичній роботі маркетингових служб, сучасні методи обробки та аналізу маркетингової інформації, а також системи організації вітчизняного та зарубіжного ринків інформаційних послуг.

Метою курсу є опанування студентами методології статистичного дослідження в маркетингу, пов'язаного зі збором інформації про маркетингове середовище, її аналізом та прогнозуванням розвитку об'єкта маркетингу.

Основним завданням курсу є оцінка, аналіз та прогнозування можливостей підприємства (його потенціалу, конкурентоспроможності), стану та перспектив розвитку сегменту ринку, аналіз мікро- та макросередовища, контроль за виконанням маркетингових заходів, оцінка їх ефективності тощо.

Результати навчання:

- **знати:**
 - основні економічні поняття;
 - етапи маркетингових досліджень;
 - статистичні методи обробки та аналізу маркетингової інформації;
 - джерела інформації для маркетингових досліджень;
 - методи збору, обробки, аналізу, передачі та зберігання інформації; специфіку вимірювань інформації, види оцінок і шкали вимірювань;
 - методи дослідження ринку і його складових, методи сегментації ринків;
 - методи прогнозування;
 - комп'ютерні та інтернет- технології для збору та обробки інформації..
- **вміти:**
 - застосовувати основні економічні закони і теорії в маркетинговій діяльності підприємства;
 - розраховувати аналітичні показники;
 - застосовувати статистичні методи оцінок і прогнозування маркетингової інформації;
 - застосовувати комп'ютерні програми для обробки масивів інформації.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

Робоча програма дисципліни: www.lnu.edu.ua/***
(посилання на робочу програму дисципліни на сайті Університету)

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ФІНАНСОВА ЕКОНОМІКА Семестр: 5

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –150 (кредитів ЄКТС - 5);
аудиторні години –48 (лекції –32, практичні - , семінарські –16,
лабораторні - _)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Фінансова економіка» є формування системи теоретичних знань, прикладних вмінь і навичок щодо оцінки й управління фінансовими ресурсами на підприємстві; вивчення принципів фінансового планування та забезпечення максимізації прибутку й ринкової вартості підприємства.

Результати навчання:

- **знати:**
 - методи управління витратами, вартістю, рентабельністю та фінансовими потоками підприємства;
 - структуру та особливості фінансових звітів;
 - методологію оцінки фінансового стану та платоспроможності підприємств.

- **вміти:**
 - приймати оптимальні рішення щодо формування фінансових ресурсів підприємств для забезпечення поточної діяльності;
 - аналізувати та оцінювати доходи майбутніх періодів на підприємстві;
 - оцінювати фінансові ризики підприємства, забезпечуючи нейтралізацію та зменшення їх негативного впливу на діяльність підприємств;
 - виявляти резерви підвищення ефективності діяльності підприємства.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 64 (лекції – 32, практичні - , семінарські – 32,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» є засвоєння знань з теорії та практики розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

Результати навчання:

• знати:

- основні умови ефективного функціонування та функції товарного ринку;
- сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці, а також основні складові інфраструктури товарного ринку, їх функції;
- види та умови здійснення ефективної діяльності окремими ланками інфраструктури товарного ринку;
- методи раціональної організації та планування діяльності підприємств та організації інфраструктури товарного ринку;

• вміти:

- аналізувати основні види ринкових процесів на товарному ринку;
- розраховувати основні показники оцінки стану та розвитку складових інфраструктури товарного ринку;
- визначати ефективність функціонування підприємств на товарному ринку;
- орієнтуватися в процесі організаційного та нормативно-правового забезпечення торговельно-посередницької діяльності на товарному ринку ;
- розробляти рекомендації щодо удосконалення функціонування суб'єктів інфраструктури товарного ринку.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Теорія економічної конкуренції Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 «Маркетинг»

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);

аудиторні години - 64 (лекції - 32, практичні - 32, семінарські - ____,

лабораторні - __)

Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна „Теорія економічної конкуренції” передбачає засвоєння студентами поняття і сутності економічної конкуренції, з’ясування її сутності, особливостей, закономірностей формування та реалізації в економіці, розуміння процесів і функцій, які виконує конкуренція.

Результати навчання:

- **знати:** теоретичні засади економічної конкуренції та її особливості, функції та види, сутність монополій та їх характерні риси, світовий досвід регулювання конкурентних відносин в економіці, основні законодавчі та нормативно-правові документи регулювання економічної конкуренції та природних монополій.

- **вміти:** надавати об’єктивну оцінку розвитку конкурентних відносин в Україні; здійснювати аналіз внутрішньогалузевої конкуренції на прикладі обраного ринку товарів чи послуг; визначати основні форми міжгалузевої конкуренції в Україні; оцінювати та виявляти недоліки у вітчизняному законодавстві щодо захисту економічної конкуренції; досліджувати діяльність та виявляти особливості природних монополістів в Україні; аналізувати зарубіжний досвід розвитку та регулювання економічної конкуренції; основні принципи проведення конкурентної розвідки, характеризувати інструменти конкурентної боротьби.

Форма звітності: _____ **залік**

(екзамен, залік)

Мова вивчення: _____ **українська**

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ПРАЦЯ У БІЗНЕС СТРУКТУРАХ Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –90(кредитів ЄКТС –3);
аудиторні години –64 (лекції –32, практичні - ,семінарські –32,
лабораторні - _)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Праця у бізнес структурах» є вивчення взаємовідносин, які виникають між людьми у зв'язку з організацією, функціонуванням і розвитком бізнесу; психології людей, що працюють в сучасних видах бізнесу через розуміння механізмів, що визначають поведінку людей, спонукають їх здійснювати ті чи інші вчинки

Результати навчання:

- **знати:**
 - загальні засади трудової діяльності в підприємницьких структурах;
 - ключові моделі поведінки людей в межах трудових відносин;
 - особливості та механізми мотивації персоналу.

- **вміти:**
 - розробляти стратегії управління персоналом підприємства;
 - ефективно управляти взаємовідносинами між працівниками підприємства;
 - раціонально вирішувати конфліктні ситуації.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 64 (лекції – 32, практичні - , семінарські – 32,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою вивчення дисципліни «Маркетинг закупівель» є формування теоретичних і практичних знань щодо матеріально-технічного забезпечення промислового підприємства. У процесі вивчення дисципліни розглядаються питання стратегії і тактики проведення закупівель, сутності маркетингу закупівель, чинників впливу маркетингового середовища на матеріально-технічне забезпечення тощо.

Результати навчання:

- **знати:**
 - сутність маркетингу закупівель та напрями матеріально-технічного забезпечення;
 - місце маркетингу закупівель в структурі управління промислового підприємства;
 - принципи і функції маркетингу закупівель, маркетингове середовище впливу на діяльність із матеріально-технічного забезпечення промислового підприємства.
- **вміти:**
 - обирати оптимальну форму організації руху матеріальних потоків;
 - використовувати сучасні інформаційні технології у процесі вирішення управлінських задач;
 - забезпечувати ефективний обмін інформацією між суб'єктами ринку.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДАНИХ Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –90(кредитів ЄКТС –3);
аудиторні години –64 (лекції –32, практичні - ,семінарські –32,
лабораторні - _)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Методи аналізу даних» є вивчення будови і перевірки гіпотез щодо властивостей розподілів, побудовиматематичних моделей у вигляді кривих регресії, різні види статистичного аналізу: дисперсійного, факторного, кластерного та інших; особливостей формування завдань на використання методів регуляризації, фільтрації і апроксимації даних.

Результати навчання:

- **знати:**
 - основні поняття теорії аналізу даних;
 - принципи використання методів дисперсійногоаналізу;
 - ключові методи кореляційного та регресійного аналізу для виявлення взаємозв'язків між ознаками;
 - методи вивчення часових рядів.
- **вміти:**
 - приймати рішення щодо застосування того або іншого методу обробки даних;
 - застосовувати різноманітні методи обробки даних;
 - використовувати можливості обчислювальної техніки при обробці та аналізі даних експерименту;
 - використовувати результати для формулювання висновків.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Економетрія Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 051 "Економіка" ("Економічна кібернетика")

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);

аудиторні години - 48(лекції - 32, практичні -16 , семінарські - 0, лабораторні - 0)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою викладання навчальної дисципліни є надання фундаментальних знань з проведення кількісного оцінювання тверджень (гіпотез) економічної теорії на основі емпіричних статистичних даних та математичних методів і моделей.

Основними завданнями вивчення дисципліни є засвоєння методології та методики дослідження взаємозв'язків між економічними змінними, оцінювання точності та адекватності економетричних моделей, проведення економічної інтерпретації результатів економетричного моделювання.

Результати навчання:

• знати:

- математичні методи для побудови моделей аналізу та прогнозування, визначення тенденцій розвитку соціально-економічних та фінансово-економічних систем;
- етапи розвитку економіко-математичних досліджень;
- загальну схему проведення економетричних досліджень;
- основні завдання кореляційно-регресійного аналізу;
- основні припущення класичного кореляційно-регресійного аналізу;
- методи оцінювання параметрів економетричних моделей;
- основні характеристики точності та адекватності кореляційно-регресійної моделі;
- особливі випадки у множинному кореляційно-регресійному аналізі

• вміти:

- аналізувати причинно-наслідкові зв'язки в економічних процесах, здійснювати оцінювання параметрів та статистичну перевірку моделей;
- будувати аналітичне групування;
- оцінювати параметри парної лінійної кореляційно-регресійної моделі;
- визначати тісноту зв'язку між змінними, характеристики адекватності та точності парної лінійної кореляційно-регресійної моделі;
- перевіряти статистичну значущість параметрів зв'язку між змінними;
- застосовувати методи вибору остаточної множинної моделі;
- тестувати наявність та виправляти наслідки автокореляції, гетероскедастичності та мультиколінеарності.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години –48 (лекції –32, практичні - ,семінарські –16,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетинг ринку нерухомості» є вивчення маркетингової діяльності на вітчизняному та світовому ринках нерухомості; засвоєння інструментарію та засобів діагностування ринку нерухомості і його окремих сегментів; дослідження взаємовідносин на ринку нерухомості.

Результати навчання:

- **знати:**
 - сутність і особливості нерухомості як товару, специфіку власності на нерухомість;
 - стан та перспективи розвитку окремих секторів ринку нерухомості, зокрема ринків землі та житлової і не житлової нерухомості;
 - методологічні основи, методи і прийомами оцінки нерухомості;
 - особливості вибудовування відповідних стратегій задоволення потреб різних сегментів на ринку нерухомості.

- **вміти:**
 - здійснювати управління маркетинговою діяльністю на ринку нерухомості;
 - оцінити ефективність маркетингової діяльності на ринку нерухомості;
 - проектувати комплекс маркетингу на ринку нерухомості.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 48 (лекції – 32, практичні - , семінарські – 16,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетинговий аудит» є вивчення студентами відповідних понять, категорій, систем та алгоритмів маркетингового аудиту; набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Результати навчання:

- **знати:**
 - основні поняття, категорії, принципи, завдання та функції маркетингового аудиту;
 - системи та алгоритми маркетингового аудиту;
 - окремі етапи та процедури маркетингового аудиту;
 - засади організації маркетингової діяльності та контролю за нею.
- **вміти:**
 - збирати, обробляти та аналізувати інформацію щодо ефективності застосування маркетингових інструментів;
 - застосовувати методи і технічні прийоми маркетингового аудиту;
 - визначати вплив окремих інструментів та приймати рішення щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: Аналіз господарської діяльності Семестр: 6

Спеціальність (спеціалізація): 075 «Маркетинг»

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);

аудиторні години - 48 (лекції - 32 , практичні – 16)

Анотація навчальної дисципліни:

Вивчення дисципліни передбачає ознайомити студентів з напрямками економічного аналізу. З економічним аналізом виробничої та невиробничої сфери, сучасними теоретичними та практичними методами та стилями аналізу, та виробити практичні навички по їх оформленню та використанню. Кожен слухач по закінченню курсу навчиться, використовувати методи економічного аналізу для оцінки діяльності підприємства;

Результати навчання:

- **знати:** на основі базових знань теорії і практики управління фінансами підприємств, застосовувати одержані навички управління вхідними та вихідними грошовими потоками на підприємстві; системний підхід до управління прибутком, інвестиціями, активами; обґрунтувати і аналізувати необхідність методики визначення вартості капіталу, оптимізації його структури; правильно оцінювати фінансові ризики та застосовувати інструменти антикризового управління підприємством, вміло використовувати дані управлінського і фінансового обліку і аналітичних досліджень для підготовки аналітичних висновків, прогнозів, обґрунтування стратегії підприємства.
- **вміти:** аналізувати діяльність підприємства; самостійно складати й опрацьовувати інвестиційно-інноваційні проекти, аналізувати та прогнозувати поведінку суб'єкта господарювання на основі аналітичних показників, формувати вихідні дані для внутрішніх і зовнішніх користувачів інформації бухгалтерського обліку в різних секторах економіки.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ЛОГІСТИКА Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –120(кредитів ЄКТС –4);
аудиторні години –48 (лекції –32, практичні - ,семінарські –,
лабораторні –16)

Анотація навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування системних знань і розуміння концептуальних основ логістики. Завданнями вивчення дисципліни є: набуття студентами глибоких теоретичних знань з питань концепції, стратегії та практики логістики; опанування студентами методичним інструментарієм розроблення та реалізації завдань логістики; оволодіння навичками логістичного мислення та розроблення пропозицій щодо удосконалення логістичних систем і механізмів їх функціонування; набуття навичок оцінки економічної ефективності та наслідків здійснення логістичних рішень.

Результати навчання:

- **знати:** поняття логістики, матеріального потоку, логістичних операцій, логістичних функцій, логістичних систем та логістичних ланцюгів; об'єкти логістики; етапи розвитку логістики; головні положення концепції логістики; показники, що характеризують матеріальні потоки; властивості логістичних систем; основні поняття закупівельної логістики; задачі закупівельної логістики; поняття виробничої логістики; порівняння традиційної і логістичної концепції організації виробництва; підходи до управління матеріальними потоками у виробничій логістиці. сутність розподільчої логістики; канали розподілу в логістиці; сутність і завдання транспортної логістики; інформаційні потоки у логістиці; принципи організації логістичної інформації; поняття матеріальних запасів та причини їх створення; види матеріальних запасів; системи управління матеріальними запасами; основні проблеми забезпечення ефективності складування; значення і сутність логістичного сервісу; показники стану обслуговування; підходи до оцінки ефективності логістичної системи
- **вміти:** класифікувати за видами логістику, матеріальні потоки, логістичні операції та логістичні системи; проводити прогнозування величини матеріалопотоку; використовувати різноманітні методи логістичних утворень; проводити управління матеріалопотоком та інформаційним потоком; оптимізувати план виготовлення виробів; проводити побудову логістичних систем; визначати витрати на доставку різних вантажів різними видами транспорту; виявляти найбільш впливові фактори на результати розподільчої логістики; прогнозувати внутрішньовиробничі логістичні операції відповідно до місця їх прикладення; оцінювати ефективність логістичних рішень.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Семестр: 7

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –120(кредитів ЄКТС –4);
аудиторні години –48 (лекції –16, практичні - ,семінарські –,
лабораторні –32)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології в економіці» є формування знань щодо сучасних інформаційних систем і технологій, їхнього раціонального використання в економічній діяльності; надання обсягу знань і навичок використання інформаційних систем для роботи на підприємстві; засвоєння умінь використати інструменти інформаційних систем для процедури керування, прийняття рішень, комунікативного спілкування й документаційного забезпечення процесів керування.

Результати навчання:

- **знати:**

- принципи застосування новітніх інформаційних систем і технологій в управлінні підприємством;
- сучасний стан і напрямки розвитку комп'ютерної техніки і програмних продуктів, їх найбільш важливі характеристики;
- послідовності створення інформаційних технологій.

- **вміти:**

- працювати із прикладним програмним забезпеченням, яке застосовується більшістю вітчизняних та закордонних підприємств для збору й аналізу первинної управлінської інформації та прийняття управлінських рішень усфері управління підприємством;
- грамотно ставити (формулювати) завдання перед розробниками програмного забезпечення для будь-якого підприємства.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 42 (лекції – 28, практичні - , семінарські – 14,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетингове планування» є вивчення студентами відповідних понять, категорій, систем та алгоритмів маркетингового планування; набуття практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Результати навчання:

- **знати:**
 - основні поняття, категорії, принципи, завдання та функції маркетингового планування;
 - системи та алгоритми маркетингового планування;
 - окремі етапи та процедури маркетингового планування;
 - засади організації маркетингової діяльності та контролю за нею.
- **вміти:**
 - застосовувати знання у практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення;
 - застосовувати методи і технічні прийоми маркетингового планування;
 - розробляти маркетингове забезпечення для розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 120 (кредитів ЄКТС - 4);
аудиторні години - 42 (лекції – 28, практичні – 14, семінарські – _-_,
лабораторні - _-)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Соціально-етичний маркетинг» є вивчення студентами суті та особливостей сучасних маркетингових концепцій, умов та переваг впровадження комплексу соціально-етичного маркетингу. У процесі вивчення курсу студенти формують розуміння етичних норм у маркетингу та в рекламній діяльності; вивчають основні концепції корпоративної соціальної відповідальності та елементи системи екологічного маркетингу.

Результати навчання:

- **знати:**
 - мету, основні завдання та принципи соціально-етичного маркетингу;
 - суть маркетингових концепцій та їх еволюцію;
 - особливості концепції соціальної відповідальності в маркетингу;
 - механізм формування екологічного маркетингу.
- **вміти:**
 - формувати цілі та завдання соціально-етичного маркетингу;
 - аналізувати основні етичні проблеми маркетингової діяльності;
 - визначати поведінку споживачів на ринку екологічних продуктів.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ

Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –120(кредитів ЄКТС –4);
аудиторні години –42 (лекції –14, практичні - ,семінарські –,
лабораторні –28)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» є формування теоретичних знань та практичних навичок з основ створення та функціонування інформаційних систем, заснованих на сучасних програмно-технологічних засобах розв'язання маркетингових завдань; засвоєння умінь використання інструментів інформаційних систем для процедури керування, прийняття рішень, комунікативного спілкування й документального забезпечення процесів маркетингового управління.

Результати навчання:

- **знати:**
 - особливості маркетингової інформації, її види, джерела і методи збирання;
 - види сучасних інформаційних технологій оброблення, зберігання та передачі економічної інформації, їх характеристики;
 - основи організації маркетингу в Internet;
 - основи безпеки даних та захисту інформації.
- **вміти:**
 - вибрати інформаційні технології для обробки маркетингової інформації;
 - розробляти структуру проекту, виконувати управління ресурсами проекту в середовищі MS Project;
 - управляти взаємовідносинами з клієнтами в CRM-системі.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –120(кредитів ЄКТС –4);
аудиторні години –42 (лекції –28, практичні - ,семінарські –14,
лабораторні –)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Антикризове управління» є формування сучасноекономічного мислення та системи спеціальних знань в галузі антикризового управління підприємствами, а саме: системи знань і навичок управління у кризових ситуаціях, розв'язання складних завдань стратегічного значення в ринкових умовах, організації системи управління, відповідної вимогам сучасної економіки.

Результати навчання:

- **знати:**
 - характер кризових явищ та економічний механізм виникнення кризового стану на підприємстві;
 - основні інструменти діагностики кризи на підприємстві та її глибини;
 - правила, принципи розробки антикризової програми і антикризової стратегії підприємства;
 - проблеми підприємства, які опинилися в кризовому стані.

- **вміти:**
 - проводити експрес-діагностику та поглиблену діагностику фінансового стану підприємства з метою виявлення потенційних (прихованих) і наявних кризових ситуацій та явищ;
 - аналізувати наявність та глибину кризового стану на підприємстві;
 - визначити основні напрямки подолання кризових явищ на підприємстві.

Форма звітності: залік

(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: МАРКЕТИНГ У БАНКУ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин –90(кредитів ЄКТС –3);
аудиторні години –42 (лекції –28, практичні - ,семінарські –14,
лабораторні –)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Маркетинг у банку» є ознайомлення студентів із загальними засадами прикладного маркетингу: змістом і найголовнішими напрямками розвитку маркетингової діяльності у банківській системі України і світу.

Результати навчання:

- **знати:**
 - особливості маркетингу в банківській сфері;
 - методи дослідження банківського ринку та конкурентного середовища банків;
 - умови формування та реалізації комплексу маркетингу у банках;
 - основні організаційні засади функціонування маркетингової служби у банку.

- **вміти:**
 - визначати конкурентну позицію банку;
 - здійснювати планування банківських послуг;
 - розробляти стратегію комунікації банківських продуктів;
 - визначити ціну окремих видів банківських послуг.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

О П И С Н А В Ч А Л Ь Н О Ї Д И С Ц И П Л І Н И

Назва дисципліни: Маркетинг на фінансових ринках Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 42 (лекції - 28, практичні - 14, семінарські - ,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Предметом вивчення навчальної дисципліни є прикладні проблеми формування та реалізації маркетингової політики фінансових інститутів і підприємств-реципієнтів фінансового капіталу. Метою викладання навчальної дисципліни “Маркетинг на фінансових ринках” є формування цілісного уявлення студентів про систему принципів, методів та прийомів сучасного маркетингу з акцентом на фінансовій сфері та навиків практичного застосування окремих з них.

Основними завданнями вивчення дисципліни “Маркетинг на фінансових ринках” є: ознайомити студентів із теоретичними положеннями маркетингової діяльності на фінансових ринках та цілями дослідження окремих сегментів фінансового ринку; розвинути навички практичної діяльності із збирання та обробки інформації, здійснення коректних розрахунків та формулювання висновків щодо цільових фінансових ринків;

Результати навчання:

• знати:

- суть, принципи, методологічні основи та завдання маркетингу фінансових послуг та фінансового маркетингу;
- специфіку організації системи маркетингових досліджень на фінансових ринках;
- методи оцінювання ринкової кон’юнктури та особливості їх застосування з позицій продуцентів фінансових послуг та покупців фінансового капіталу;
- технології створення нових фінансових продуктів;
- особливості ціноутворення на фінансових ринках;
- систему інструментів просування фінансових продуктів до споживача та налагодження ефективної комунікації з ним;
- принципи організації та контролю маркетингової діяльності на фінансових ринках;

• вміти:

- здійснювати стратегічне планування маркетингової діяльності на фінансовому ринку;
- розробляти концепцію та технологію проведення маркетингових досліджень продуцентів фінансових послуг та реципієнтів фінансового капіталу;
- правильно аналізувати інформацію у процесі здійснення маркетингових досліджень окремих сегментів фінансового ринку з позицій різних груп користувачів;
- ефективно застосовувати основні компоненти маркетингу на фінансових ринках: розробка фінансової послуги чи фінансового інструменту, ціноутворення, просування фінансових продуктів, формування попиту та стимулювання збуту;
- забезпечувати контроль результатів на всіх етапах маркетингової діяльності на фінансових ринках.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ЕКОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 42 (лекції - 28, практичні - 14, семінарські - ,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни:

Метою навчальної дисципліни «Екологічна економіка» є формування екологічного світосприйняття, засвоєння теоретичних знань та набуття практичних навичок у галузі економічного регулювання процесів використання природних ресурсів та охорони навколишнього середовища.

Результати навчання:

• знати:

- перспективні напрями розвитку суспільного виробництва з урахуванням якості навколишнього середовища та раціонального використання природних ресурсів;
- основи організаційно-економічного механізму впровадження системи екологічного менеджменту;
- методики еколого-економічного обґрунтування інвестицій в охорону навколишнього середовища;
- сутність економічних методів стимулювання зменшення матеріало-, енерго- та еколого-місткості виробництв.

• вміти:

- застосовувати знання у практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення;
- демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів;
- діяти соціально-відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля..

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни: ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ Семестр: 8

Спеціальність (спеціалізація): 075 Маркетинг

загальна кількість годин - 90 (кредитів ЄКТС - 3);
аудиторні години - 42 (лекції - 28, практичні - 14, семінарські - ,
лабораторні -)

Анотація навчальної дисципліни

Метою дисципліни є придбання студентами основних теоретичних знань та практичних навиків створення та ведення проектів електронної комерції. Завданнями дисципліни є набуття знань про поняття електронної комерції, способи ведення електронної комерції, системи платежів для електронної комерції, засоби захисту інформації в Internet, а також оволодіння практичними навиками розроблення та ведення internet-проектів електронної комерції.

Результати навчання:

• **знати:**

- місце та роль електронної комерції в інформаційному секторі;
- переваги електронної комерції, платіжні системи в Internet;
- головні принципи створення платіжних систем в Internet;
- особливості функціонування кредитної та дебетної платіжної системи в Internet;
- особливості функціонування платіжних систем в Internet з використанням цифрової готівки;
- вимоги та структуру internet-магазину, способи підвищення продуктивності сайту, тенденції, проблеми та напрямки розвитку internet-магазинів, ;
- методи пошукової оптимізації сайту;
- поняття контекстної реклами;
- різновиди шахрайства в електронній комерції;
- засоби захисту інформації в Internet;
- протоколи захисту інформації в проектах електронної комерції.

• **вміти:**

- організувати ефективну систему комунікацій підприємства із споживачами його продукції;
- застосовувати комплекс інструментів маркетингових досліджень для оптимізації цінової, товарної та комунікаційної політики підприємства;
- обирати перспективні напрями оптимізації маркетингової політики суб'єкта господарювання;
- аналізувати поведінку економічних суб'єктів;
- застосовувати спеціальні знання із соціології при розв'язанні професійних задач;
- системно мислити, використовувати сучасні інформаційні технології у процесі вирішення управлінських задач, працювати з базовим набором офісних програм.

Форма звітності: залік
(екзамен, залік)

Мова вивчення: українська