

**Київський національний торговельно-економічний
університет**

Факультет торгівлі та маркетингу

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

| | |
|-------------------------|---|
| Галузь знань | 07 «Управління та адміністрування» |
| Спеціальність | 075 «Маркетинг» |
| Спеціалізація | «Маркетинг менеджмент» |
| Освітній ступінь | «магістр» |

Київ 2021

ВСТУП

Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система (ЄКТС) – це система трансферу і накопичення кредитів, що використовується в Європейському просторі вищої освіти з метою надання, визнання, підтвердження кваліфікацій та освітніх компонентів і сприяє академічній мобільності здобувачів вищої освіти.

Система ґрунтується на визначенні навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених результатів навчання, та обліковується у кредитах ЄКТС.

Кредит ЄКТС – одиниця вимірювання обсягу навчального навантаження здобувача вищої освіти, необхідного для досягнення визначених (очікуваних) результатів навчання.

Обсяг одного кредиту ЄКТС становить 30 годин.

Навантаження одного навчального року за денною формою навчання становить, як правило, 60 кредитів ЄКТС.

Кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після успішного вивчення дисципліни, проходження виробничої практики та атестації за умови позитивного оцінювання досягнутих результатів навчання. Трансферу та накопиченню кредитів сприяє використання ключових документів ЄКТС.

Ключовими документами ЄКТС є каталог дисципліни (інформаційний пакет), аплікаційна форма, угода про навчання, академічна довідка, додаток до диплома про вищу освіту європейського зразка.

Оцінювання результатів навчання студентів передбачає проведення таких контрольних заходів: вхідний, поточний та підсумковий контроль, атестація. Результати навчання студентів у КНТЕУ оцінюються за 100-бальною шкалою, де 60–100 балів – результати навчання, що дають студенту право здобути кредити ЄКТС, 0–59 балів – незадовільні результати навчання, що не дають студенту право здобути кредити ЄКТС. Оцінювання результатів навчання студента відображається у спосіб, який є загальнозрозумілим і визнається у різних закладах освіти, для цього використовується довідник з розподілу оцінок КНТЕУ.

Довідник з розподілу оцінок КНТЕУ

| Бали КНТЕУ | Відсоток балів відносно загальної кількості одержаних прохідних балів | Кумулятивний відсоток отриманих прохідних балів |
|------------|---|---|
| 90–100 | 20 | 20 |
| 82–89 | 10 | 30 |
| 75–81 | 20 | 50 |
| 69–74 | 10 | 60 |
| 60–68 | 40 | 100 |
| | | |

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2021

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

1.1. Назва та адреса.

Київський національний торговельно-економічний університет

Адреса: вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156

телефон (044) 513-33-48, (044) 531-47-41

факс (044) 544-39-74

Електронна пошта: knute@knute.edu.ua

Офіційний сайт: <https://knute.edu.ua/>

1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус).

Київський національний торговельно-економічний університет – один із найавторитетніших закладів вищої освіти України. Його історія бере початок з 1946 р. Указом Президента України у 2000 р. університету надано статус національного. У 2006 р. КНТЕУ приєднався до Великої хартії університетів.

Університет займає лідируючі позиції в системі національної вищої освіти. КНТЕУ зберігає високі показники якості освітньої діяльності та закріплено лідируючі позиції у системі національної вищої освіти. Згідно з підсумками вступної кампанії університет за результатами оприлюдненого МОН України рейтингу за кількістю поданих заяв (33215 заяв) зберіг лідерські позиції серед провідних освітніх закладів України, увійшовши до п'ятірки найпопулярніших серед вступників ЗВО, а за кількістю поданих заяв серед економічних закладів вищої освіти КНТЕУ залишається лідером в Україні; за даними рейтингу «ТОП-200 Україна 2019» Міністерства освіти і науки України університет зайняв високі позиції.

КНТЕУ – це 5 навчальних інститутів, 9 коледжів і 2 вищих комерційних училища, розташованих у Києві, Харкові, Вінниці, Чернівцях, Хмельницькому, Ужгороді, Коломиї, Бурштині, Житомирі та Одесі.

У базовому закладі в м. Києві функціонують 6 факультетів: міжнародної торгівлі та права; економіки, менеджменту та психології; фінансів та обліку; інформаційних технологій; ресторанно-готельного та туристичного бізнесу; торгівлі та маркетингу.

В університеті навчається близько 35 тис. студентів, з них майже 18 тис. – у базовому закладі за 23 бакалаврськими та 17 магістерськими спеціальностями, 53 бакалаврськими (з них 2 англійською мовою викладання) та 52 магістерськими (з них 10 англійською мовою викладання) освітніми професійними програмами.

КНТЕУ здійснює підготовку та підвищення кваліфікації фахівців із зовнішньої і внутрішньої торгівлі, економіки, міжнародних економічних відносин, публічного управління та адміністрування, фінансів і банківської

справи, страхування, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, обліку і оподаткування, фінансового контролю та аудиту, менеджменту, маркетингу, журналістики, права, міжнародного права, туризму, готельного і ресторанного бізнесу, харчових технологій, психології, філології, соціології та ІТ-галузі: кібербезпеки, інженерії програмного забезпечення, комп'ютерних наук, системного аналізу.

В університеті створено сучасну базу для науково-дослідної роботи, розроблено унікальну методику для підготовки наукових та науково-педагогічних кадрів: діє 15 освітньо-наукових програм підготовки докторів філософії, функціонує 7 спеціалізованих вчених рад із захисту докторських та кандидатських дисертацій за 12 спеціальностями.

КНТЕУ має потужний науково-педагогічний колектив, здатний успішно вирішувати поставлені завдання. Творчі наукові колективи університету плідно працюють над розв'язанням актуальних наукових проблем, результати досліджень публікуються у наукових журналах «Вісник КНТЕУ», «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право», міжнародному науково-практичному журналі «Товари і ринки».

Частка докторів наук у 2019 р. у загальній чисельності науково-педагогічних працівників становила 18%, кандидатів наук – 62,2%, тобто частка працівників з науковим ступенем становила 80%. Фахівці КНТЕУ беруть активну участь у розробленні стратегічних напрямів забезпечення якості освіти, залучені до складу комісій МОН України, інших міністерств і відомств.

До складу КНТЕУ входять: Інститут вищої кваліфікації, Центр європейської освіти, Відділ супроводу дистанційного навчання, де здійснюється підготовка та перепідготовка фахівців без відриву від основної професійної діяльності, Центр підготовки до ЗНО, Підготовче відділення для іноземців та осіб без громадянства, Центр розвитку кар'єри, Центр трансферу технологій, Центр педагогічних та психологічних досліджень, Вища школа педагогічної майстерності, Центр укладання договорів, Навчально-виробниче об'єднання, Центр бізнес-тренінгу, Науково-технічний центр сертифікації продукції, послуг та систем якості. На базі університету функціонують юридична клініка «Центр правового захисту», що надає безкоштовну правову допомогу, та Центр медіації. Інститут вищої кваліфікації (ІВК) забезпечує реалізацію концепції освіти протягом життя, підвищення кваліфікації, надає освітні послуги міжнародного рівня з підготовки висококваліфікованих фахівців, здатних працювати в економічних умовах сьогодення й успішно конкурувати як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках праці (програми MBA, другої вищої освіти, перепідготовки та підвищення кваліфікації).

Вперше серед ЗВО України Система управління якістю КНТЕУ сертифікована на відповідність вимогам міжнародного стандарту

ISO 9001:2015. Гармонійною її складовою є система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти.

Функціонують стандарти вищої освіти в КНТЕУ як сукупність вимог до змісту та результатів освітньої діяльності за кожним рівнем вищої освіти у межах кожної спеціальності та спеціалізації.

Однією із вагомих переваг КНТЕУ є матеріально-технічна база європейського рівня. Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, лабораторії – необхідним устаткуванням. Загалом в університеті налічується 51 комп'ютерний кабінет. В університеті відкрито SMART-бібліотеку, в якій створено відкритий простір, зонований для читання, проведення лекцій, майстер-класів, презентацій і зручної роботи відвідувачів з комп'ютерами, шоломами віртуальної реальності та власними гаджетами. Також надаються послуги мультимедійної бібліотеки, де створений масив електронних документів (понад 2 900 примірників) та доступ до електронних повнотекстових баз документів, зокрема таких, як EBSCO Publishing, GMID – глобальна база даних ринкової інформації дослідницької компанії Euromonitor International, законодавча база України (НАУ), відкриті Архіви України, універсальна база даних компанії «East View Information Services». У відкритому доступі існує сучасна зона коворкінгу «KNUTE HUB» – новий простір для творчої інтелектуальної креативної роботи, який облаштований трьома робочими зонами, залом зустрічей, відпочинку та конференц-залом. На території комплексу діє VR-студія з окулярами віртуальної реальності Oculus Rift та шоломи VR HTC Vive, зона для кіберспортсменів – Cybersport zone.

Для студентства створені сприятливі соціально-побутові умови: 6 гуртожитків, 7 кафетеріїв та 4 їдальні, медпункт, пральня та інші побутові пункти. До послуг студентів спортивний комплекс, до якого входять футбольне поле зі штучним покриттям, майданчики для спортивних ігор у баскетбол, волейбол, настільний теніс, великий теніс тощо та тренажерні зали. Студенти та співробітники мають змогу відпочивати на базах університету на узбережжі Чорного моря.

КНТЕУ укладено численні угоди про творчу науково-технічну співдружність та співпрацю у сфері підготовки спеціалістів за усіма спеціальностями, зокрема з Міністерством економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України, Міністерством фінансів України, Міністерством закордонних справ України, Державною фіскальною службою України, Державною казначейською службою України, Антимонопольним комітетом України, Державною аудиторською службою України, Пенсійним фондом України, Рахунковою палатою України, Національним банком України, провідними комерційними банками, торговельними та готельно-ресторанними мережами,

рекламними агентствами, логістично-розподільчими центрами та іншими організаціями і установами.

Встановлено та підтримуються творчі зв'язки з більш ніж 100 закладами вищої освіти, міжнародними центрами та установами з 30 країн світу. Здійснюється обмін викладачами, студентами, виконуються міжнародні проекти стосовно інтеграції вищої освіти, вдосконалення освітніх програм різних ступенів підготовки та перепідготовки спеціалістів, студенти проходять практику у шести зарубіжних країнах.

Університет – член престижних міжнародних організацій: Європейського центру публічного права, Великої хартії університетів, Університетського агентства франкофонії, Міжнародного товариства товаровознавців і технологів, Світової асоціації відпочинку та рекреації, Всесвітньої організації кулінарних союзів, Європейської академії ритейлу, Міжнародної асоціації вузів з підготовки фахівців харчової промисловості.

Серед випускників університету – відомі громадські діячі, керівники органів державної влади та управління, організацій і підприємств, дипломатичні працівники та науковці, бізнесмени.

1.3. Академічні органи.

**Мазаракі
Анатолій
Антонович** Ректор, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки та лауреат Премії Кабінету Міністрів України за розроблення і впровадження інноваційних технологій

**Притульська
Наталія
Володимирівна** Перший проректор з науково-педагогічної роботи, доктор технічних наук, професор

**Мельниченко
Світлана
Володимирівна** Проректор з наукової роботи, доктор економічних наук, професор

**Сай
Валерій
Миколайович** Проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, кандидат економічних наук, доцент, дипломатичний радник I класу

**Вовк
Галина
Миколаївна**

**Проректор з адміністративно-господарської
роботи**

1.4. Академічний календар.

Початок навчальних занять – 1 вересня.

Завершення навчальних занять – 30 червня.

Освітній процес здійснюється за семестрами.

Тривалість семестрів, практичної підготовки, екзаменаційних сесій, атестацій, канікул визначається графіком освітнього процесу на кожен рік.

1.5. Перелік запропонованих освітніх програм.

| Шифр та найменування галузі знань | Початковий рівень (короткий цикл) | Перший (бакалаврський) рівень | | Другий (магістерський) рівень | |
|--|-----------------------------------|-------------------------------|--|-------------------------------|---------------------------------------|
| | | Спеціальність | Спеціалізація | Спеціальність | Спеціалізація |
| 01 Освіта | | 017 Фізична культура і спорт | Спортивний менеджмент | | |
| 03 Гуманітарні науки | | 035 Філологія | Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська | | |
| 05 Соціальні та поведінкові науки | 051 Економіка | 051 Економіка | Цифрова економіка (Digital economics) | 051 Економіка | Цифрова економіка (Digital economics) |
| | | | Міжнародна економіка | | Міжнародна економіка |
| | | | International economics – англійська | | International economics – англійська |
| | | | Економіка бізнесу | | Економіка та безпека бізнесу |
| | | | Економіка торгівлі | | Фінансовий менеджмент |
| | | | Економіка галузевих ринків | | Financial management – англійська |
| | | 052 Політологія | Політологія | | |

| Шифр та найменування галузі знань | Початковий рівень (короткий цикл) | Перший (бакалаврський) рівень | | Другий (магістерський) рівень | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| | | Спеціальність | Спеціалізація | Спеціальність | Спеціалізація | |
| | 053 Психологія | 053 Психологія | Практична психологія | 053 Психологія | Психологія | |
| | 054 Соціологія | 054 Соціологія | Соціологія економічної діяльності | – | – | |
| 06 Журналістика | 061 Журналістика | 061 Журналістика | Реклама і зв'язки з громадськістю | 061 Журналістика | Реклама | |
| 07 Управління та адміністрування | 071 Облік і оподаткування | 071 Облік і оподаткування | Облік і оподаткування | 071 Облік і оподаткування | Облік і оподаткування в міжнародному бізнесі | |
| | | | Фінансовий контроль та аудит | | Облік і податковий консалтинг | |
| | 072 Фінанси, банківська справа та страхування | 072 Фінанси, банківська справа та страхування | 072 Фінанси, банківська справа та страхування | Публічні фінанси | 072 Фінанси, банківська справа та страхування | Публічні фінанси |
| | | | | Податковий менеджмент | | Міжнародні фінанси |
| | | | | Банківська справа | | Управління банківським бізнесом |
| | | | | Управління державними фінансовими ресурсами | | Державний аудит |
| | | | | Фінансове посередництво | | Фінансове посередництво |
| | | | | Страховий бізнес | | Financial intermediation – англомовна |
| | | | | Корпоративні фінанси | | Страховий менеджмент |
| | | | | Міжнародні фінанси | | Корпоративні фінанси |
| | 073 Менеджмент | 073 Менеджмент | 073 Менеджмент | Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності | 073 Менеджмент | Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності |
| | | | | Management of foreign economic activities – англомовна | | Management of foreign economic activities – англомовна |
| | | | | Управління бізнесом | | Управління бізнесом |
| | | | | Торговельний менеджмент (Trade management) | | Торговельний менеджмент |
| Менеджмент персоналу (HR management) | | | | Trade management – англомовна | | |
| | | | | Менеджмент персоналу (HR management) | | |

Продовження таблиці

| Шифр та найменування галузі знань | Початковий рівень (короткий цикл) | Перший (бакалаврський) рівень | | Другий (магістерський) рівень | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | Спеціальність | Спеціалізація | Спеціальність | Спеціалізація |
| | | | Промисловий менеджмент (Industrial management) | | Готельний і ресторанний менеджмент |
| | | | Готельний і ресторанний менеджмент | | Hotel and Restaurant management – англомовна |
| | | | Туристичний менеджмент | | Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент |
| | | | | | Tourist and resort-recreational management – англомовна |
| | | | | | Лакшері менеджмент (Luxury Management) |
| | | | | | Міжнародний спортивний менеджмент та рекреація |
| | | | Менеджмент антимонопольної діяльності | | Управління в сфері економічної конкуренції |
| | 075 Маркетинг | 075 Маркетинг | Маркетинг | 075 Маркетинг | Маркетинг менеджмент (Marketing management) |
| | | | Рекламний бізнес | | Рекламний бізнес |
| | | | | | Бренд-менеджмент |
| | | | | | Цифровий маркетинг (Digital marketing) |
| | 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність | 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність | Оптова і роздрібна торгівля | 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність | Організація оптової та роздрібної торгівлі |
| | | | Товарознавство і комерційна логістика | | Товарознавство і комерційна логістика |
| Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі | | | Товарознавство та організація зовнішньої торгівлі | | |
| Митна справа | | | Митна справа | | |
| | | | Customs – англомовна | | |
| Логістична діяльність | | | Логістика та управління ланцюгами постачання | | |
| Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management) | | | Категорійний менеджмент у ритейлі (Cat Management) | | |

Продовження таблиці

| Шифр та найменування галузі знань | Початковий рівень (короткий цикл) | Перший (бакалаврський) рівень | | Другий (магістерський) рівень | |
|-------------------------------------|---|---|--|---|---|
| | | Спеціальність | Спеціалізація | Спеціальність | Спеціалізація |
| 08 Право | 081 Право | 081 Право | Комерційне право | 081 Право | Комерційне право |
| | | | Фінансове право | | Фінансове право |
| | | | Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності | | Правове забезпечення безпеки підприємницької діяльності |
| | | | Цивільне право і процес | | Цивільне право і процес |
| 12 Інформаційні технології | 121 Інженерія програмного забезпечення | 121 Інженерія програмного забезпечення | Інженерія програмного забезпечення (Software Engineering) | 121 Інженерія програмного забезпечення | Інженерія програмного забезпечення (Software Engineering) |
| | 122 Комп'ютерні науки | 122 Комп'ютерні науки | Комп'ютерні науки | 122 Комп'ютерні науки | Комп'ютерні науки |
| | 124 Системний аналіз | 124 Системний аналіз | Інформаційні технології та бізнес-аналітика (Data Science) | – | – |
| | 125 Кібербезпека | 125 Кібербезпека | Безпека інформаційних і комунікаційних систем в економіці | – | – |
| | | 126 Інформаційні системи та технології | Інформаційні системи та технології | | |
| 18 Виробництво та технології | 181 Харчові технології | 181 Харчові технології | Технологія та організація ресторанного бізнесу | 181 Харчові технології | Інноваційні технології в ресторанному бізнесі |
| | | | | | Крафтові технології |
| 24 Сфера обслуговування | 241 Готельно-ресторанна справа | 241 Готельно-ресторанна справа | Готельно-ресторанна справа | 241 Готельно-ресторанна справа | Готельний і ресторанний девелопмент |
| | | | | | Ресторанний бізнес |
| | | | | | Міжнародний готельний бізнес |
| | | | | | International hotel business – англомовна |
| | 242 Туризм | 242 Туризм | Міжнародний туризм | 242 Туризм | Міжнародний туристичний бізнес |
| | Економіка і організація туризму | International tourist business – англомовна | | | |
| | Цифровий туризм | Міжнародний івент-менеджмент в туризмі | | | |

Закінчення таблиці

| Шифр та найменування галузі знань | Початковий рівень (короткий цикл) | Перший (бакалаврський) рівень | | Другий (магістерський) рівень | | |
|--|--|--|--|--|--|------------------|
| | | Спеціальність | Спеціалізація | Спеціальність | Спеціалізація | |
| 28 Публічне управління та адміністрування | 281 Публічне управління та адміністрування | 281 Публічне управління та адміністрування | Публічне управління та адміністрування | 281 Публічне управління та адміністрування | Публічне управління та адміністрування | |
| 29 Міжнародні відносини | 292 Міжнародні економічні відносини | 292 Міжнародні економічні відносини | Міжнародний бізнес | 292 Міжнародні економічні відносини | Міжнародний бізнес | |
| | | | Міжнародна торгівля | | | Світова торгівля |
| | | | Міжнародний маркетинг | | | |
| | 293 Міжнародне право | Міжнародне право | Міжнародне право | 293 Міжнародне право | Міжнародне право | |

1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації.

Інформація щодо умов прийому на навчання за освітніми ступенями «бакалавр» «магістр» розміщена на сайті Київського національного торговельно-економічного університету
<https://knute.edu.ua/blog/read/?pid=6040&uk>

1.7. Механізми для визнання кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального).

Механізми для визнання кредитної мобільності та попереднього навчання здійснюються відповідно до Закону України «Про освіту», Закону України «Про вищу освіту», Положень «Про організацію освітнього процесу студентів», «Про порядок реалізації права на академічну мобільність у КНТЕУ» та угод про навчання за умовами академічної мобільності.

Визнання кредитної мобільності здійснюється на основі таких документів:

- каталог курсу;
- угода про навчання;
- академічна довідка;
- сертифікат про навчальну практику.

За умовами кредитної мобільності студенту перезараховуються всі кредити, які він отримав поза місцем основного навчання, що є компонентами освітньої програми.

1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка).

Розподіл кредитів ЄКТС ґрунтується на офіційній тривалості циклу

програми навчання та визначається навчальним планом. КНТЕУ розподіляє кредити між навчальними дисциплінами самостійно. Кредити розподіляються на всі дисципліни, які вивчають студенти, виробничу практику, виконання випускних кваліфікаційних проєктів (робіт), атестацію. Кредити присвоюються після закінчення вивчення дисципліни за умови успішного складання підсумкового контролю, проходження виробничої практики та атестації.

1.9. Механізми академічного управління.

Механізми академічного управління у КНТЕУ визначені у таких положеннях, як:

- Положення про організацію освітнього процесу студентів;
- Положення про дистанційне навчання у КНТЕУ;
- Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у КНТЕУ;
- Положення про індивідуальний навчальний план студента КНТЕУ;
- Положення про самостійну роботу студентів і аспірантів КНТЕУ;
- Положення про організацію виконання та захисту курсових робіт (проєктів) у КНТЕУ (нова редакція зі змінами та доповненнями);
- Положення про проведення практики студентів у КНТЕУ / Порядок організації практики студентів за кордоном;
- Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів;
- Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань здобувачів вищої освіти КНТЕУ;
- Положення про випускну кваліфікаційну роботу;
- Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію з атестації у КНТЕУ;
- Положення про процедуру і підстави для видачі документів про вищу освіту державного зразка у КНТЕУ;
- Положення про систему рейтингового оцінювання діяльності студентів КНТЕУ.

2. РЕСУРСИ ТА ПОСЛУГИ.

2.1. Відділ обліку студентів.

У відділі обліку студентів університету зберігаються особові справи, документи про освіту, трудові книжки студентів, які навчаються в університеті. Основними завданнями працівників відділу обліку студентів є:

- 1) своєчасне внесення поточних змін в особові справи;
- 2) зберігання документів у належному стані;
- 3) надання інформації за письмовими запитами будь-яких інстанцій;
- 4) надання студентам інформації;
- 5) ведення військового обліку військовозобов'язаних та призовників;
- 6) видача довідок за формою ф.17 для райвійськкоматів;
- 7) оформлення особових карток форми П-2;
- 8) прийом студентів пільгової категорії.

2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання

На території студентського містечка є чотири гуртожитки, розташовані за 5 хв ходи від головного навчального корпусу та за 15 хв від станцій метро «Лісова» та «Чернігівська». До центру міста (вул. Хрещатик) можна доїхати за 30 хв. Поблизу університету є лісопаркова зона та Парк Кіото. Ще один гуртожиток № 6 розташований за адресою: вул. Лобачевського, 23 (за 20 хв від головного навчального корпусу).

У гуртожитках є кімнати на 3, 4, 5, 6 ліжко-місць, кухні на кожному поверсі, санвузли та централізована пральня.

Студенти з інших міст поселяються до гуртожитків згідно зі списком, сформованим приймальною комісією і переданим до дирекції студмістечка. Між університетом і студентом укладається контракт на право проживання студента в гуртожитку, в якому встановлені права і обов'язки мешканців та відповідальність обох сторін.

Адреси гуртожитків:

- № 1 – вул. Д. Мілютенка, 8, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-49-05, (044) 531-49-67;
- № 2 – вул. Д. Мілютенка, 6, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-48-91, (044) 519-37-41, 513-11-82;
- № 3 – вул. М. Матеюка, 2, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-49-28, (044) 513-13-32;
- № 4 – вул. М. Матеюка, 2-а, м. Київ, 02156;
тел. (044) 531-47-62, (044) 531-47-99.
- № 6 – вул. Лобачевського, 23, м. Київ, 02090;
тел. (044) 574-15-46, (044) 574-16-83

2.3. Харчування.

В університеті працюють чотири сучасні їдальні: у корпусах Б, Д, Е та Н (вул. Чигоріна, 57а). У кожній з них є можливість якісно та збалансовано харчуватися за помірними цінами, зокрема у кафе-їдальні «Венеція» (у корпусі Б) представлені страви італійської кухні.

Середня вартість сніданку у їдальні університету становить від 30 до 40 грн; обіду – від 40 до 50 грн; вечері – від 30 до 40 грн.

Щодня в усіх навчальних корпусах працюють кафе, де також можна придбати страви власного виробництва: основні страви (понад 100 видів),

гарніри (понад 60 видів), холодні страви (понад 60 видів), холодні та гарячі напої, кондитерські вироби та десерти, вироблені у власному кондитерському цеху (понад 90 видів). У навчальних корпусах, гуртожитках функціонують торговельні автомати з гарячими та холодними напоями, кондитерськими виробами.

2.4. Вартість проживання.

Вартість проживання здобувачів вищої освіти у гуртожитках КНТЕУ встановлюється спільним наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Міністерства фінансів України і Міністерства охорони здоров'я України від 28.03.2011 № 284/423/173 у розмірі 40 відсотків від розміру мінімальної академічної стипендії.

2.5. Фінансова підтримка для студентів.

2.5.1. Стипендіальне забезпечення студентів.

Студентам денної форми навчання, які навчаються коштом державного бюджету, за результатами семестрового контролю на підставі рейтингу успішності призначається академічна стипендія.

Студентам першого року навчання на перший семестр академічна стипендія призначається відповідно до рейтингу за результатами конкурсних балів під час вступу до КНТЕУ.

За особливі успіхи у навчанні, участь у науковій та громадській роботі студентам університету можуть призначатися іменні академічні стипендії Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Київського міського голови та ін.

Також за успіхи у навчанні, участь у науковій, громадській та спортивній діяльності студенти можуть заохочуватися цінними подарунками та грошовими преміями.

Призначення і виплата стипендії студентам, які є іноземними громадянами та особам без громадянства, здійснюється відповідно до міжнародних договорів України та чинних нормативно-правових актів. Студентам-іноземцям, які вступили на навчання до КНТЕУ відповідно до міжнародних договорів, якими передбачено стипендію, академічна стипендія призначається до першого семестрового контролю у мінімальному розмірі.

Студентам, які навчаються згідно з угодами, укладеними між КНТЕУ та фізичними або юридичними особами, стипендія може виплачуватися коштом цих осіб, якщо це передбачено умовами угоди.

Студентам пільгових категорій, визначених нормативно-правовими актами України (студентам з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, студентам з особливими потребами, студентам з малозабезпечених сімей, постраждалим від аварії на ЧАЕС, учасникам

бойових дій та їхнім дітям, внутрішньо переміщеним особам та ін.), призначаються соціальні стипендії.

Розмір академічних та соціальних стипендій встановлює Кабінет Міністрів України.

2.5.2. Пільгова оплата за проживання у гуртожитках.

Студенти пільгових категорій, визначених законами України та постановами Кабінету Міністрів України (студенти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасники бойових дій та їхні діти, внутрішньо переміщені особи, студенти з особливими потребами та ін.) мають право на першочергове поселення до гуртожитків.

Студенти з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, учасники бойових дій, особи з особливими потребами внаслідок війни, постраждали учасники Революції Гідності мають право на безкоштовне проживання у гуртожитках до закінчення навчання у КНТЕУ.

Діти загиблих у районі АТО, бойових дій чи збройних конфліктів, під час участі у Революції Гідності, діти учасників бойових дій, осіб з особливими потребами внаслідок війни, постраждалих учасників Революції Гідності мають право на безкоштовне проживання у гуртожитках до закінчення навчання, але не довше, ніж до досягнення ними 23 років.

Студенти, зареєстровані як внутрішньо переміщені особи, а також студенти, які постійно проживають на лінії зіткнення, мають право на пільгову оплату проживання у гуртожитках у розмірі 50% від встановленої вартості проживання (не довше ніж до досягнення ними 23 років).

2.5.3. Фінансове забезпечення студентів з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

Особи з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, а також особи, які під час навчання у віці від 18 до 23 років залишилися без батьків, зараховуються на повне державне утримання та отримують компенсацію на харчування, придбання навчальної літератури та інші виплати, передбачені чинним законодавством.

2.6. Медичні послуги.

На території студентського містечка функціонує медичний пункт, де працюють дільничний терапевт, медична сестра та 2 фельдшери, які здійснюють прийом студентів, профілактичні щеплення, маніпуляційні процедури, проводять санітарно-просвітницьку роботу.

Медичне обслуговування іноземних громадян, які тимчасово перебувають на території України, здійснюється у державних та комунальних закладах охорони здоров'я за власні кошти іноземця, у тому числі за договорами медичного страхування зі страховиками України.

2.7. Страхування.

Медична допомога надається іноземцям або особам без громадянства відповідно до вимог, установлених законодавством України.

Надання медичної допомоги іноземним громадянам здійснюється відповідно до Порядку надання медичної допомоги іноземцям та особам без громадянства, які тимчасово перебувають на території України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 22 червня 2011 р. № 667 та ст. 44 Закону України «Про страхування».

Іноземці та особи без громадянства можуть звернутися по медичну допомогу, в тому числі екстрену, до будь-якого державного або комунального закладу охорони здоров'я.

Оплата вартості медичної допомоги, у тому числі екстреної, здійснюється іноземцем або особою без громадянства у разі відсутності у них договорів страхування та страховиком-резидентом за наявності в іноземця відповідного договору страхування.

У разі необхідності університет сприяє оформленню медичного полісу з надання медичної допомоги.

2.8. Умови для студентів з обмеженими та особливими потребами.

В університеті організація освітнього процесу осіб з особливими освітніми потребами здійснюється з урахуванням чинних норм законодавства.

Керівництвом університету створено сприятливі умови для навчання та проживання і постійно приділяється увага для їх покращання.

Студенти з особливими потребами (I–III група) отримують соціальну стипендію відповідно до Постанови від 28 грудня 2016 р. № 1045 «Деякі питання виплати соціальних стипендій студентам (курсантам) закладів вищої освіти».

Для забезпечення освітніх потреб молоді з особливими потребами та безперешкодного доступу до університету всі навчальні корпуси обладнані пандусами, поручнями та світловими вимикачами на рівні доступу людини, яка сидить.

Зокрема, навчальний корпус А обладнаний підйомною платформою та ліфтом для осіб з обмеженими фізичними можливостями, навчальний корпус Д, актовa зала (Конгрес-центр), гуртожитки № 2, № 4 – пандусами для заїзду візків та поручнями. Студенти з вадами опорно-рухового

апарату отримують ключі від ліфтів.

Усі основні приміщення університету мають природне освітлення, враховано розташування меблів і обладнання відповідно до санітарних вимог. У центральному корпусі та Конгрес-центрі обладнані санвузли для осіб з обмеженими фізичними можливостями.

Для поліпшення умов проживання в гуртожитках студентів з обмеженими фізичними можливостями є спеціально обладнані кімнати (туалет та ванна, обладнані спеціальними поручнями).

2.9. Навчальне обладнання.

Бібліотека КНТЕУ є інформаційно-навчальним, культурно-освітнім структурним підрозділом університету з універсальними фондами документів. Основна мета діяльності бібліотеки – створення умов для ефективної наукової роботи та організації освітнього процесу, активне сприяння впровадженню перспективних навчальних технологій. Адміністрація університету сприяє заходам щодо розширення інформаційних ресурсів у бібліотеці, створення доступності та зручності у користуванні книжковим фондом. Фонди бібліотеки є універсальною базою для освітнього процесу та наукових досліджень у сфері економіки торгівлі, економіки і фінансів, менеджменту, бізнесу тощо. Це один із основних інформаційних ресурсів бібліотеки КНТЕУ, який становить понад 1 млн примірників книг, періодичних видань, дисертацій та авторефератів, навчально-методичних матеріалів, видань на електронних носіях. Щорічне поповнення фондів бібліотеки становить понад 8000 примірників книг, періодичних видань України та зарубіжних країн – понад 100 найменувань.

Бібліотека має сучасну матеріально-технічну базу. Встановлено 86 комп'ютерів та 3 потужні сервери, створено необхідні умови для ефективного обслуговування користувачів, організації фондів документів, електронних каталогів, виставок документів. Уся площа бібліотеки має покриття Wi-Fi.

До послуг користувачів бібліотеки – 11 читальних залів з фондами відкритого доступу, 7 абонементів, зал Bibliometrics (повнотекстові електронні ресурси), SMART-бібліотека, унікальна VR-студія, зона Кіберспорту, оновлені зали нових надходжень літератури та іноземної літератури, МБА, спеціальні сектори – методичних видань КНТЕУ, фонд дисертацій та авторефератів, комфортні зони відпочинку з настільним футболом, шахами та шашками.

Усі процеси роботи у бібліотеці автоматизовано: комплектування фонду документів, наукова обробка документів, видача документів користувачам, пошук наявності документів в електронних каталогах здійснюється за допомогою автоматизованої бібліотечно-інформаційної системи «УФД/Бібліотека». Для запису та користування бібліотекою

впроваджено цифровий підпис (PIN-CODE) в електронний формуляр користувача.

Зал Bibliometrics надає вільний доступ до повнотекстових та наукометричних баз даних у режимі онлайн. Містить базу даних електронних підручників, навчальних програм, відеокурсів на електронних носіях з можливістю копіювання та подальшого опрацювання знайденої інформації.

До послуг користувачів – доступ (за допомогою мережі Інтернет) до фондів вітчизняних і зарубіжних бібліотек та наступних баз даних:

- Наукометрична база даних **SCOPUS** – бібліографічна реферативна база даних, інструмент для відстеження цитованості статей, опублікованих у наукових виданнях.

- Наукометрична дослідницька інформаційна система **Web of Science** – є найбільшою реферативною базою даних і пропонує дослідникам, викладачам і студентам швидкий доступ до якісної міждисциплінарної релевантної інформації.

- Повнотекстова база даних **ScienceDirect** – провідна інформаційна платформа Elsevier для науковців, викладачів, студентів, яка містить 25% світових наукових публікацій.

- Повнотекстова та бібліографічна база даних матеріалів зарубіжних періодичних видань з різних галузей знань видавництва **EBSCO**.

- **База даних економіки та права** – зовнішньоекономічні показники країн світу.

- **Відкриті Архіви України** депозитарій наукових статей, монографій, методичних матеріалів науковців та викладачів різних університетів України.

- Доступ до електронних версій навчально-методичних матеріалів, розроблених викладачами університету для всіх факультетів.

- Доступ до електронного каталогу.

SMART-бібліотека – це відкритий простір, поділений на читання, проведення конференцій, лекцій, майстер-класів, презентацій, використовуючи SMART-wall (інтерактивну стіну) та плазмову панель. Облаштовані робочі місця з комп'ютерами, зона віртуальної реальності з шоломом віртуальної реальності HTC Vive та окулярами віртуальної реальності Oculus Rift. Для відпочинку та дозвілля облаштовано зону для інтелектуальних настільних ігор, у холі читального залу встановлено настільний футбол, шахівницю з великими шахами та шашки. SMART-бібліотека пропонує різні напрями діяльності для проведення навчання та має усі технічні можливості для креативного проведення часу молоді.

VR-студія оснащена окулярами віртуальної реальності Oculus Rift, комп'ютерами для індивідуальної роботи або з власним ноутбуком, або телефоном. Для виконання колективних завдань є SMART-wall з підключенням до Всесвітньої мережі. Спеціально облаштовано «куточок», що слугує відеостудією для блогерів та запису інтерв'ю. Це особливо актуально для студентів, які вивчають журналістику та PR.

На сайті бібліотеки КНТЕУ (www.lib.knute.edu.ua) представлена повна інформація про бібліотеку, її фонди та послуги, електронний каталог та інші електронні ресурси (наукометричні, бібліографічні, повнотекстові бази даних). Читачеві доступні також інструкції з пошуку, рекламна та пізнавальна інформація для користувачів, віртуальні книжкові виставки, 3D-екскурсії, звіти про заходи, що відбуваються у бібліотеці. Пошук документів, складання списків документів та надсилання їх на власну електронну адресу можна здійснювати з мобільних пристроїв (смартфонів та планшетів з операційною системою Android) за допомогою мобільного додатка. Вебсайт дає бібліотеці можливість покращувати співпрацю бібліотеки з користувачами, а також презентувати свої здобутки, створюючи свій позитивний імідж.

Впровадження нових технологій дає змогу бібліотеці значно розширити інформаційне забезпечення користувачів, що впливає на якість освітнього процесу. Співпраця зі структурними підрозділами КНТЕУ (факультети, кафедри, наукові та службові відділи) за допомогою адресного інформування про нові надходження через особистий кабінет користувача корпоративної програми Office 365 має за мету поліпшення використання бібліотечних фондів та інформаційних ресурсів. Багатоаспектний книжковий фонд, комп'ютерна мережа бібліотеки, довідково-інформаційний апарат, бібліотечні інновації, впровадження прогресивних технологій, досвідчені професійні кадри, сучасний дизайн, технічне обладнання та максимальна автоматизація виробничих процесів бібліотеки сприяють успішній роботі та якісному обслуговуванню користувачів.

Сервіс інформаційно-довідкового обслуговування «ASK Library» надає повну інформацію з ефективного використання бібліотечних ресурсів для студентів, викладачів та гостей університету. Бібліотека допомагає користувачам у розвитку навичок та компетенцій під час роботи з бібліотечно-інформаційними ресурсами: для студентів перших курсів організовуються екскурсії бібліотекою, практичні заняття з пошуку документів в електронному каталозі бібліотеки.

Терміни користування документами абонементів бібліотеки:

- Абонемент наукової літератури: науково-викладацький склад, – один навчальний рік, студенти – один місяць.
 - Абонемент навчальної літератури: науково-викладацький склад, – один навчальний рік, студенти – семестр;
 - Абонемент залу іноземної літератури: усі читачі – один місяць (з можливістю продовження терміну користування).
 - Абонемент художньої літератури: усі читачі – 21 день.
- Режим роботи бібліотеки: понеділок – п'ятниця з 09:00 до 17:45.

2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами.

Згідно з програмами міжнародного співробітництва кращі студенти Київського національного торговельно-економічного університету зі знанням іноземних мов та за рейтингом КНТЕУ мають змогу здобувати освіту за кордоном відповідно до індикації та умов, викладених у наведеній нижче таблиці.

Програми навчання Центру європейської освіти КНТЕУ

| ЗВО-партнер, країна | Освітній ступінь | Спеціальність | Термін навчання | Форма навчання | Мова програми | Вимоги |
|---|--------------------|--|-----------------|----------------|------------------------|--|
| Університет Клермон-Овернь (<i>Université Clermont-Auvergne</i>) Школа менеджменту Клермон-Ферран, Франція | Licence (бакалавр) | • Менеджмент | 1 рік | Очна | Французька | – Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 2–3 роки навчання у КНТЕУ |
| | Master (магістр) | • Стратегічний менеджмент | 2 роки | | | – Знання французької мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра |
| Вища паризька школа комерції (<i>ESCP Europe</i>) Париж, Франція | Master (магістр) | • Менеджмент | 2 роки | Очна | Французька, англійська | – Знання французької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра |
| Університет Парі Ест Кретей (<i>Université Paris-Est Creteil</i>) Інститут адміністрування підприємств Густава Ейфеля Париж, Франція | Licence (бакалавр) | • Управління та економіка | 1 рік | Очна | Французька | – Знання французької мови – рівень B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ |
| | Master (магістр) | • Менеджмент • Маркетинг • Фінанси | 1–2 роки | | Французька, англійська | – Знання французької / англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра |

Закінчення таблиці

| ЗВО-партнер, країна | Освітній ступінь | Спеціальність | Термін навчання | Форма навчання | Мова програми | Вимоги |
|---|--|--|--------------------------------|----------------------|---------------------------|---|
| Бізнес-школа «Audencia» Нант, Франція | Master (магістр) | • Менеджмент | 1,5 року | Очна | Французька, англійська | – Знання французької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра |
| | Літня та зимова спеціалізовані школи з економіки та менеджменту | | Тематичні тижні на вибір | Очна | Англійська | – Знання англійської мови – рівень B2, – щонайменше 2 роки навчання у КНТЕУ |
| Університет Гренобль Альпи (Université Grenoble Alpes) Економічний факультет Гренобль, Франція | Licence (бакалавр) | • Економіка і управління | 1 рік | Дистанційна, очна | Французька, англійська | – Знання французької/ англійської мови – рівень B1–B2, – щонайменше 3 роки навчання у КНТЕУ |
| | Master (магістр) | • Управління організаціям и в рамках міжнародної співпраці • Управління людськими ресурсами | 2 роки | Дистанційна | Французька, англійська | – Знання французької / англійської мови – рівень B2–C1, – диплом бакалавра |
| Університет Центрального Ланкаширу (University of Central Lancashire) Школа мов, літератури та міжнародних досліджень Престон, Велика Британія | Літня та зимова школи з вивчення англійської мови | | Тематичні тижні на вибір | Очна | Англійська | – Знання англійської мови – мінімальний рівень B1, – щонайменше 2 роки навчання у КНТЕУ |
| | Bachelor (бакалавр) | • Міжнародні і бізнес-кому- нікації | 1 рік | | | – Знання англійської мови – рівень B2/C1, – диплом бакалавра |
| Університет прикладних наук Вюрцбург- Швайнфурт (University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt) Вюрцбург, Німеччина | Bachelor (бакалавр) | • Міжнародний мене- джмент | 1 семестр | Очна | Німецька, англійська | – Знання німецької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра |
| Бамберзький університет імені Отто Фрідріха (Otto-Friedrich- University Bamberg) Бамберг, Німеччина | Master (магістр) | • Менеджмент між- народних інформаційних систем • Європейська економіка | 1 семестр | Очна | Німецька, англійська | – Знання німецької / англійської мови – рівень B2, – диплом бакалавра |

2.11. Обов'язкові та вибіркові «вікна мобільності».

«Вікно мобільності» (VM) – це період, передбачений для між-

народної мобільності студентів. Обов'язкові ВМ обмежені термінами початку та закінчення семестру (за семестрової мобільності) або навчального року при річній або кількарічній (магістеріум) мобільності. Вибіркові ВМ мають місце при транскордонному (дистанційному) навчанні, коли періоди такого навчання визначаються закордонним партнером залежно від різних чинників.

2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього).

На сьогодні всі зазначені у п. 2.10 програми реалізуються на основі подвійного дипломування, тобто шляхом паралельного або послідовного навчання у КНТЕУ та у закордонному в ЗВО-партнері.

2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі.

Університетом укладені договори про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів.

| | |
|-----------------|--|
| Франція | Університет Клермон-Овернь |
| | Бізнес-школа Ауденсія |
| | Університет Гренобль Альпи |
| | Університет Парі-Ест Кретей |
| | Вища паризька школа комерції (ESCP) |
| | Федерація «Обмін Франція-Україна» |
| | Університетське агентство франкофонії – AUF |
| Велика Британія | Університет Центрального Ланкаширу |
| Польща | Краківський економічний університет |
| | Познанський університет економіки і бізнесу |
| | Вроцлавський економічний університет |
| | Щецинський університет |
| Німеччина | Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт |
| Болгарія | Варненський економічний університет |
| Греція | Університет Західної Аттики |

Міжнародні програми і проєкти в рамках Еразмус+

| Перелік навчальних закладів |
|---|
| Університет Парі-Ест Кретей |
| Університет Центрального Ланкаширу |
| Краківський економічний університет |
| Щецинський університет |
| Університет прикладних наук Вюрцбург-Швайнфурт |
| Варненський економічний університет |
| Університет Західної Аттики |
| Європейський університет у Республіці Македонія |

2.14. Мовні курси.

Центр європейської освіти КНТЕУ здійснює підготовку з англійської та французької мови за програмою інтенсивного навчання, яка створює умови для досягнення рівнів володіння іноземною мовою від А1 до В2 (відповідно до Рекомендацій Комітету з питань освіти при Раді Європи щодо навчання іноземним мовам).

Заняття на курсах іноземних мов проводять висококваліфіковані викладачі з практичним досвідом викладання. Навчання відбувається за модульною системою. Тематика модулів розробляється з урахуванням потреб студентів, відповідно до яких викладачі спеціально підбирають теми для спілкування, навчальні матеріали, обирають тип завдань та види діяльності.

Контингент слухачів формується на початку навчального року. Записатися на програми вивчення іноземної мови можуть студенти та випускники усіх факультетів, а також викладачі та співробітники КНТЕУ. Вартість навчання залежить від рівня навчальної програми та кількості навчальних годин.

Випускники Центру європейської освіти, які оволоділи іноземною мовою рівнів В1-В2, мають можливість скласти екзамен на отримання міжнародних мовних сертифікатів (DELF-DALF, IELTS, ESOL) і взяти участь у різних формах міжнародної академічної мобільності в рамках угод про співробітництво з європейськими ЗВО – партнерами КНТЕУ.

За додатковою інформацією та для запису на курси іноземних мов звертатися до Центру європейської освіти – навчальний корпус Д, кімната 229, тел. (044) 531-48-36.

2.15. Можливості для проходження практики.

Для забезпечення практичної підготовки студентів та їх успішного працевлаштування університет встановлює різні форми співробітництва з організаціями, профільними державними установами, фінансовими структурами, установами банківської сфери, судовими інституціями, підприємствами сфери торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу, страхового бізнесу на підставі укладених договорів про підготовку спеціалістів, угод про співпрацю, двосторонніх договорів співдружності, договорів про проходження практики студентів, що створюють умови для реалізації програм практики та забезпечують виконання у повному обсязі вимог, передбачених Положенням про проведення практики студентів, Порядком організації практики студентів за кордоном та Порядком стажування на підприємствах, в установах та організаціях студентів Київського національного торговельно-економічного університету, які здобули освіту за освітніми ступенями «бакалавр», «молодший бакалавр».

Київський національний торговельно-економічний університет підтримує партнерські відносини більш ніж з **650 стейкхолдерами.**

Партнерами університету є органи державної та місцевої влади, організації, відомства, служби, на базі яких проходить практика студентів з подальшим працевлаштуванням, переважна кількість з них є **партнерами освітніх програм, а саме:**

Міністерство економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України, Міністерство соціальної політики України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство розвитку громад і територій України, Міністерство фінансів України, Державна податкова служба у місті Києві, Державна казначейська служба України, Рахункова палата України, Пенсійний фонд України, Державна аудиторська служба України, територіальні органи Державної митної служби, Національний банк України, Національна комісія з державного регулювання у сфері ринків фінансових послуг України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України, Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, ДП «Укрметртестстандарт», Департамент фінансів КМДА, Печерська районна в м. Києві державна адміністрація, Деснянська районна в м. Києві державна адміністрація, Вищий господарський суд України, апеляційні суди України, Антимонопольний комітет України, Департамент кіберполіції Національної поліції України, Департамент міжнародного поліцейського співробітництва Національної поліції України, Національне агенство України з питань державної служби, Центральне міжрегіональне управління Міністерства юстиції (м. Київ), Національна академія наук України, Національна академія державного управління при Президентові України, Союз промисловців та підприємців України, Українська спілка підприємців малих, середніх та приватизованих підприємств, профільні комітети Верховної Ради України, Інститут психології НАПН України, Незалежна асоціація банків України, Українська спілка автомобільного транспорту та логістики, Асоціація «УКРЗОВНІШТРАНС», Громадська спілка «Український кулінарний союз», Торгово-промислова палата України, Торгово-промислова палата м. Києва та ін.

Також університет має угоди про партнерство з комерційними компаніями, такими як:

Microsoft Україна, «EPAM Systems Україна», групою компаній «BGS Solutions», ТОВ «БЕЙКЕР ТІЛЛІ Україна», ТОВ «Ернст енд Янг», ТОВ «Консалтингова компанія «Голден Траст», ТОВ «Грант Торнтон Легіс», ТОВ «Крестон Джі Сі Джі Аудит», ТОВ «ТВІГА ГРУПА Україна», ТОВ «АСНільсен Юкрейн», ТОВ «ХЕДХАНТЕР», ТОВ «Прем'єр Інтернешнл», ВАТ «Готель «Прем'єр Палац», «Президент-готель», ТОВ «ІНТЕР-ГОТЕЛЬ», ТОВ «11 MIPPOPC

ОТЕЛЬ», заміський клуб «Трипільське сонце», ТОВ «Інтерн» (готель «Опера»), ТОВ «ЮКА» (готель «Хрещатик»), ТОВ «ДБІ Хотелз енд резортс (готель «Romada Encore Kiev»), ПрАТ «Нові Інжинірингові Технології» (готель «Хаятт Рідженсі Київ»), ТОВ «Гранд менеджмент» (готель «Фермонт»), ТОВ «ХОТЕЛ ПРОПЕРТІ» (готель «Либідь»), ТОВ «Рейкарц Хотел Менеджмент», ТОВ «Тревел профешнл групп», ТОВ «Музенідіс Тревел Україна», ТОВ «Корал тревел», ТОВ «Джоін Ап», «TUI», ТОВ «Мережа Козирна Карта» ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ПАТ «Універмаг «Дитячий світ», ТОВ «Лореаль Україна», ТОВ «Укртекстиль», ТОВ «Сільпо-фуд», ТОВ «Епіцентр-К», ТОВ «Рітейл тренд» (Фуршет), ТОВ «ЕКО», ТОВ «ДЦ Україна», ТОВ «ДТЕК», ПрАТ «Філіп Морріс Україна», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «ОТП БАНК», ПАТ «Кредобанк», ПАТ «Креді Агріколь Банк», ПАТ «Перший Український Міжнародний Банк», АТ «Ощадбанк», ПАТ «Укрсоцбанк», АТ КБ «ПриватБанк» ін.

Така кількість партнерів значно розширила можливості для походження практики здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів.

2.16. Навчання на робочому місці.

Університет сприяє забезпеченню можливостей навчання студентів на робочому місці, підтримуючи навчальні проекти компаній, які містять програми для розвитку ділової грамотності, трудових навичок, професійних компетентностей, спрямованих на підвищення фаховості випускників.

Прикладами навчання на робочому місці є:

– **майстер-клас** відомого бренд-шефа **Олега Горбатюка** про **крафтове морозиво**. Учасники та гості майстер-класу – студенти, які навчаються за спеціальністю «Харчові технології» **КНТЕУ**, Вінницького торговельно-економічного коледжу, викладачі факультету ресторанно-готельного та туристичного бізнесу ознайомилися з технологією використання рідкого азоту для приготування крафтового морозива.

Студенти на майстер-класі самостійно формували смаки заморожених десертів, використовуючи принципи інжинірингу, комбінаторики смаків – саме тому учасники «створили» авторське крафтове морозиво з шафраном, медовою динею, огірком, сорбет із бородинським хлібом, діжонською гірчицею, шоколадом та червоним перцем чилі;

– **майстер-клас** керівника відділу трейд-маркетингу **VIP холдингу Global Spirits Варницької Катерини «Виведення нових продуктів на Європейський ринок»**. Студенти дізналися про етапи підготовки, які здійснюються виробничим підприємством для виходу товарів на експортний ринок.

Запрошений практик продемонструвала, як за допомогою моделювання та методу екстраполяції визначити частку ринку та оцифрувати основні показники, що вплинуть на успішність проекту. Стейкголддер наголосила на важливості опанування та необхідності застосування комплексних знань у сфері торгівлі, фінансів, маркетингу, без яких важко спланувати рівень витрат та термін окупності проекту;

– **навчальні майстер-класи** від майстрів світового рівня з кулінарного та пекарського мистецтва **Девіда Мішеля Мізона (Велика Британія)** та **Кнуда-Еріка Ларсена (Данія)** для студентів денної і заочної форми навчання КНТЕУ та Житомирського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ. Під час майстер-класів учасники отримали можливість підвищити рівень професійних навичок та ознайомитись із технологіями класичної Різдвяної європейської випічки, яку традиційно готують під час різдвяних свят у родинях та у ресторанах Великої Британії, Німеччини, Італії, тощо;

Business2Students byWatsons – один із ключових проєктів у портфелі партнерської синергії КНТЕУ і бізнес-сектору. Уже третій рік поспіль проєкт працює для студентів і в інтересах студентів. У навчально-практичному сезоні осінь-2019 студенти вивчали тему комунікацій і PR. Проєкт Business2Students має системний і в одночас інноваційний характер: майстер-класи проходять в інтерактивному форматі, студенти вчилися писати PR стратегію університету, на кожну зустріч спікери готували не тільки теоретичну базу, але й кейси, приклади з життя і реальні бізнес-ситуації.

2.17. Умови для занять спортом і відпочинку.

Важливим напрямом організаційно-виховної роботи в університеті є участь студентів у традиційних заходах: День університету, День знань та посвята першокурсників у студенти, Міжнародний день студента, Дебют першокурсника, Міс і Містер КНТЕУ, дні факультетів, дні донора, чемпіонат з інтелектуальних ігор «Брейн-ринг» та «Своя гра», фестиваль команд Ліги КВН КНТЕУ за Кубок Ректора та ін.

В університеті діє культурно-мистецький центр, до якого входять творчі аматорські колективи: народний студентський камерний академічний хор, студія сучасного танцю «Light», студія вокалу та сучасної музики, фольклорно-інструментальний ансамбль «At libitum».

Для розвитку студентів як особистостей та популяризації здорового способу життя в університеті на базі кафедри фізичної культури функціонують секції з великого та настільного тенісу, фітнесу, волейболу (чоловічий, жіночий), плавання, бадмінтону, баскетболу, аеробіки, боксу, боді-фітнесу, футболу (чоловічого, жіночого), атлетичної гімнастики, легкої атлетики, боротьби, фізичної реабілітації та з загальної фізичної підготовки. Створено всі умови для занять фізкультурою та спортом:

сучасний стадіон із штучним покриттям, спортивний майданчик, тенісні корти, дві сучасні ігрові зали, тренажерна зала, зала боксу та боротьби, зали для фітнесу.

2.18. Студентські організації.

Громадське життя у КНТЕУ насичене, багатогранне та різноманітне. В університеті на громадських засадах діють:

– рада студентського самоврядування університету, 6 рад студентського самоврядування на факультетах і 5 рад студентського самоврядування в гуртожитках;

– наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених;

– студентські клуби – «Еко Клуб», дебатний клуб «Polemic Union», філософський клуб «Фенікс», «Правничий клуб», підприємницький «YEP Club», «Бізнес Клуб», «Маркетинг», «SapLab», «H&SE Services», «ProgramClub», «ТРОС», «Бухгалтерський клуб імені Лука Пачолі», «Клуб професійного бухгалтера», «Аудиторський клуб», «Спілка художників КНТЕУ», «Європейський клуб», Всеукраїнський рух «Молодь за права споживачів», клуб хіміків «Start in Science», «Клуб кулінарій», психологічний клуб «SAPGEN», туристичний клуб «Еверест», клуб «Сервіс», спортивні клуби з футболу, баскетболу, волейболу, боротьби тощо.

Інформація щодо навчання студентів, дозвілля, занять спортом розміщується на сайті університету (<http://www.knute.edu.ua>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «Facebook» (<https://www.facebook.com/knuteofficial/>), офіційній сторінці КНТЕУ у соціальній мережі «Instagram» (https://www.instagram.com/knute_news/), Telegram каналі КНТЕУ (<https://t.me/knuteu>), офіційній сторінці КНТЕУ в соціальній мережі «YouTube» (<https://www.youtube.com/user/kyotostreet>) та у програмах студентського телебачення «КНТЕУ-TV», а також у газеті «Університет і час», студентському журналі «Кіото, 19».

**3. Освітня програма спеціальності 075 «Маркетинг»
(за спеціалізацією «Маркетинг менеджмент»),
гарант освітньої програми
к.е.н., доцент кафедри маркетингу МОНТРІН І.І.**

3.1 Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

| 1 – Загальна інформація | |
|--|--|
| Повна назва ЗВО та структурного підрозділу | Київський національний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу |
| Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу | Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг менеджмент» |
| Офіційна назва освітньої програми | «Маркетинг менеджмент» |
| Тип диплому та обсяг освітньої програми | Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці |
| Наявність акредитації | Міністерство освіти і науки України, Україна, Наказ №1565 МОН України від 19.12.2016 р., термін дії до 01 липня 2024 р. |
| Цикл/рівень | НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень |
| Передумови | Наявність ступеня бакалавра |
| Мова викладання | Українська |
| Термін дії освітньої програми | 01 липня 2024 р. |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | https://knute.edu.ua |
| 2 – Мета освітньої програми | |
| Формування сучасної системи професійних знань та набуття практичних навичок з метою їх застосування у профільній, педагогічній та дослідній діяльності для ефективного вирішення управлінських завдань в сфері маркетинг менеджменту. Маркетолог опановує оперативні економічні, творчі, комерційні та організаційно-технологічні процеси, які пов'язані з основними напрямками маркетинг менеджменту підприємства та розробляє або коригує стратегічні орієнтири його розвитку за підтримки маркетингових технологій. | |
| 3 – Характеристика освітньої програми | |
| Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності)) | Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Спеціалізація «Маркетинг менеджмент» |
| Орієнтація освітньої програми | Освітньо-професійна, прикладна. Програма складається з дисциплін професійної та практичної підготовки. |
| Основний фокус освітньої програми та спеціалізації | Спеціальна освіта в сфері маркетингу. Формування фахової компетентності щодо вміння управляти маркетинговою діяльністю підприємства. Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетинговий аналіз, стратегічний маркетинг, маркетинг менеджмент |
| Особливості програми | Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері |

| | |
|---|---|
| | маркетинг менеджменту; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють маркетингову діяльність. |
| 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
| Придатність до працевлаштування | Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетинг); начальник комерційного відділу; консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог, категорійний менеджер); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг). |
| Подальше навчання | Подальше навчання – здобуття третього рівня вищої освіти і отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії. |
| 5 – Викладання та оцінювання | |
| Викладання та навчання | Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Оволодіння методологією наукової роботи, навичками презентації її результатів рідною і іноземною мовами. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів. Студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через лабораторну практику, навчання через проведення ділових ігор, компетентнісний підхід в побудові та реалізації навчальних програм. |
| Оцінювання | Поточний контроль (тестування, есе, презентації, індивідуальні завдання, ситуаційні завдання, ділові ігри), письмові екзамени, практика. Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи. Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів», «Положення про організацію освітнього процесу студентів». |
| 6 - Програмні компетентності | |
| Інтегральна компетентність | Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. |
| Загальні компетентності | ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). |

| | |
|---|--|
| | <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> |
| Спеціальні (фахові) компетентності | <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p><i>СК10. Здатність використовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики релевантні правові норми та обмеження.</i></p> <p><i>СК11. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговими комунікаціями ринкового суб'єкта в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>СК12. Здатність аналізувати та формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта в сфері торгівлі.</i></p> <p><i>СК13. Здатність аналізувати та формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта в сфері публічного управління.</i></p> |
| 7 – Програмні результати навчання | |
| | Р1. Знати та вміти застосовувати у практичній |

діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

| | |
|---|--|
| | <p><i>P16. Використовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики релевантні правові норми та обмеження.</i></p> <p><i>P17. Здійснювати вибір і застосування ефективних засобів управління маркетинговими комунікаціями ринкового суб'єкта в умовах невизначеності.</i></p> <p><i>P18. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта в сфері торгівлі.</i></p> <p><i>P19. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта в сфері публічного управління.</i></p> |
| 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| Кадрове забезпечення | <p>Випусковою та відповідальною за підготовку магістрів зі спеціалізації «Маркетинг менеджмент» є кафедра маркетингу КНТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p> <p>100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p> |
| Матеріально-технічне забезпечення | <p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метри на одну особу.</p> <p>40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням.</p> <p>Інфраструктура КНТЕУ: бібліотеки, в т. ч. читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p> |
| Інформаційне та навчально-методичне забезпечення | <p>У КНТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності.</p> <p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>Є офіційний веб-сайт КНТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua</p> <p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку. У Відділі супроводу дистанційного навчання КНТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://ldn.knute.edu.ua</p> |
| 9 – Академічна мобільність | |
| Національна кредитна мобільність | <p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.</p> <p>Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.</p> |
| Міжнародна кредитна мобільність | <p>КНТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Університет Парі Ест Кретьє (м. Париж, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту. 2. Бізнес-школа «Ауденсія» (м. Нант, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка, менеджмент та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою викладання. 3. Університет Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою стажування. |
| Навчання іноземних здобувачів вищої освіти | <p>Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЄКТС, що додатково передбачені навчальним планом.</p> |

3.2 Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

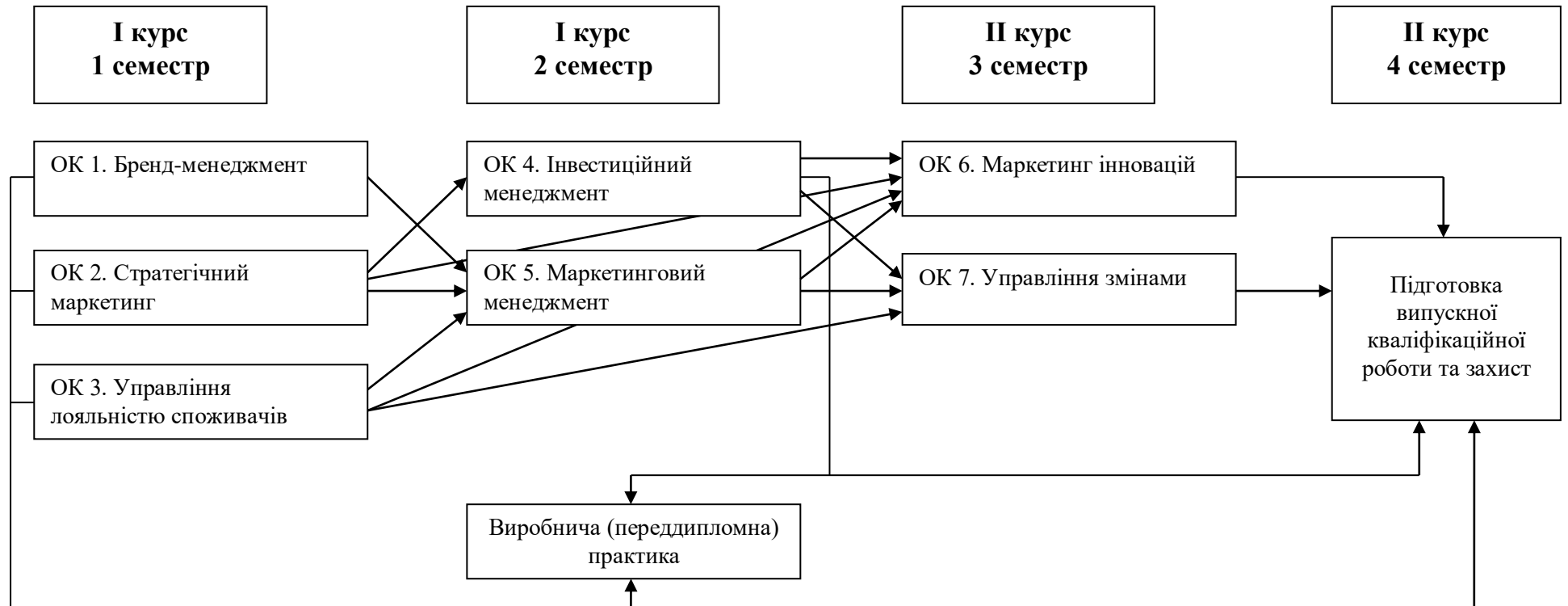
3.2.1 Перелік компонент ОП

| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамєн, випускна кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів |
|---|---|--------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Обов'язкові компоненти ОП | | |
| ОК 1 | Бренд-менеджмент | 6 |
| ОК 2 | Стратегічний маркетинг | 6 |
| ОК 3 | Управління лояльністю споживачів | 6 |
| ОК 4 | Інвестиційний менеджмент | 7,5 |
| ОК 5 | Маркетинг менеджмент | 7,5 |
| ОК 6 | Маркетинг інновацій | 6 |
| ОК 7 | Управління змінами | 6 |
| Загальний обсяг обов'язкових компонент | | 45 |
| Вибіркові компоненти ОП | | |
| ВК 1 | Бізнес-інжиніринг | 6 |
| ВК 2 | Бренд-стратегії | 6 |
| ВК 3 | Консьюмерське право | 6 |
| ВК 4 | Корпоративне право | 6 |
| ВК 5 | Корпоративні зв'язки з громадськістю | 6 |
| ВК 6 | Маркетинговий аналіз | 6 |
| ВК 7 | Маркетингові інформаційні системи | 6 |
| ВК 8 | Психологія управління | 6 |
| ВК 9 | Ризики в маркетингу | 6 |
| ВК 10 | Торговельні мережі | 6 |
| Загальний обсяг вибірових компонент: | | 24 |
| Практична підготовка | | |
| | Виробнича (переддипломна) практика | 9 |
| Атестація | | |
| | Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист | 12 |
| ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ | | 90 |

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамєн.

3.2.2

Структурно-логічна схема освітньої програми



3.3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної роботи.

Випускна кваліфікаційна робота має передбачити розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Випускна кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення випускної кваліфікаційної роботи, що містить інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

3.4.1 Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

| Компоненти Компетентності | ОК 1 | ОК 2 | ОК 3 | ОК 4 | ОК 5 | ОК 6 | ОК 7 |
|------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| ЗК1 | | + | | | + | + | + |
| ЗК2 | + | | + | | | + | + |
| ЗК3 | | | | | | + | |
| ЗК4 | + | | | + | | | + |
| ЗК5 | | | + | | + | | + |
| ЗК6 | | | | + | | | |
| ЗК7 | | + | | + | | + | |
| ЗК8 | + | + | | + | + | + | + |
| СК1 | | | | | + | | |
| СК2 | + | | | | | | |
| СК3 | | | | | | | |
| СК4 | + | | + | + | | + | + |
| СК5 | | + | | | | | + |
| СК6 | + | | + | | + | | |
| СК7 | | + | | | | | + |
| СК8 | | + | | + | + | | |
| СК9 | | | | | | | + |
| СК10 | | | | | | | |
| СК11 | | | + | | | | |
| СК12 | | | + | | | | |
| СК13 | | | | | | | |

3.4.2 Матриця відповідності програмних компетентностей вбіркоvim компонентам освітньої програми

| Компетентності \ Компоненти | ВК 1 | ВК 2 | ВК 3 | ВК 4 | ВК 5 | ВК 6 | ВК 7 | ВК 8 | ВК 9 | ВК 10 |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| | ЗК1 | | + | + | + | | + | | | |
| ЗК2 | | | + | | | | | + | | |
| ЗК3 | + | | | | | + | | | | + |
| ЗК4 | | | + | + | + | | | | + | |
| ЗК5 | | | + | + | | | + | | | |
| ЗК6 | | | + | + | | + | + | | | |
| ЗК7 | | | + | | + | | | | | |
| ЗК8 | + | + | | | | | | + | + | |
| СК1 | | | | | | | | | | |
| СК2 | | | | | | | | | + | |
| СК3 | | | | | | + | | | | |
| СК4 | + | | + | + | | | | + | | |
| СК5 | | + | | | | + | + | | | |
| СК6 | | | | | + | | | + | + | + |
| СК7 | | + | | | | | | | + | |
| СК8 | | | | | | | | | | + |
| СК9 | | | | | | + | + | | | |
| СК10 | | + | + | + | | | | | | |
| СК11 | | | | | + | | | + | + | |
| СК12 | | | + | + | | + | | + | | + |
| СК13 | | | | | | + | | | | |

3.5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми

| Програмні результати навчання | Компоненти | | | | | | |
|-------------------------------|------------|------|------|------|------|------|------|
| | ОК 1 | ОК 2 | ОК 3 | ОК 4 | ОК 5 | ОК 6 | ОК 7 |
| P1 | | | + | | + | | |
| P2 | + | | | | | + | + |
| P3 | | | | | | | |
| P4 | | + | | + | | | + |
| P5 | + | + | | + | + | | |
| P6 | + | + | | + | + | + | + |
| P7 | | | | | + | | |
| P8 | | + | | | | | + |
| P9 | | | + | | + | | |
| P10 | | | | | + | + | |
| P11 | | + | | + | | | |
| P12 | + | + | + | + | | + | + |
| P13 | | | | | + | | |
| P14 | | | + | | | | |
| P15 | | | | | | | + |
| <i>P16</i> | | | | | | | |
| <i>P17</i> | | | | | | | |
| <i>P18</i> | | | + | | | | |
| <i>P19</i> | | | | | | | |

3.5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибірковими компонентами освітньої програми

| Програмні результати навчання | Компоненти | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| | ВК 1 | ВК 2 | ВК 3 | ВК 4 | ВК 5 | ВК 6 | ВК 7 | ВК 8 | ВК 9 | ВК 10 |
| P1 | | + | | | + | | | | | |
| P2 | | | | | | | | | + | + |
| P3 | | + | | | + | | | | | |
| P4 | | | | | | | | | + | + |
| P5 | | | | | | + | + | | + | |
| P6 | | + | | | | | | | | |
| P7 | | | | | | + | + | | | |
| P8 | + | | | | | | | | | |
| P9 | | | | | | | | + | | |
| P10 | | | + | + | + | | + | | | |
| P11 | | | | | | | | | | |
| P12 | | | | | | + | | | + | |
| P13 | | + | | | | + | + | | | |
| P14 | | + | | | | | | | | |
| P15 | | | | | | | | | | + |
| <i>P16</i> | | | + | + | + | | + | | | |
| <i>P17</i> | + | | + | + | | + | + | | + | |
| <i>P18</i> | | | + | + | | | | | | |
| <i>P19</i> | | | | | | | | + | + | |

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни) для спеціалізації «Маркетинг менеджмент»

4.1. Назва. **БРЕНД–МЕНЕДЖМЕНТ.**

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кармазінова В.Д., к.е.н., ст.викладач кафедри маркетингу.

Результати навчання. Вивчення дисципліни дозволяє студентам набути навички самостійно проводити аналіз маркетингової ситуації навколо конкретного бренда; розробляти та приймати управлінські рішення щодо формування, розвитку та підтримання бренда, а також здійснювати контроль ефективності системи бренд-менеджменту

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові комунікації».

Зміст. Поняття й сутність бренд-менеджменту. Бренд як об'єкт управління. Система управління розвитком бренда. Внутрішній (корпоративний) бренд менеджмент. Комунікації в бренд-менеджменті. Маркетингові технології в бренд-менеджменті.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Кендюхов, К. Ю. Ягельська, Д. С. Файвішенко. – Донецьк : ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. – 459 с.

2. Шевченко О. Л. Бренд-менеджмент : навч. посіб. / О. Л. Шевченко; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – К. : КНЕУ, 2010. – 396 с.

3. Ястремська О. М. Бренд-менеджмент : навч. посіб. / Ястремська О. М., Ястремська О. О. ; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2010. – 164 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (оглядова/тематична);

– практичні заняття (презентація, дискусія, комунікативний метод, моделювання ситуацій, метод кейс-стаді, робота в малих групах)

Методи оцінювання.

– поточний контроль (тестування; усне та письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого есе, презентації, проекту, ситуаційні завдання, захист проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.2. Назва. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцишина Л.К., проф., канд. техн. наук, проф. кафедри маркетингу

Результати навчання. Формування у студентів системи знань, компетентностей і набуття практичних навичок щодо проведення стратегічного аналізу підприємств, обґрунтування, розробки і вибору маркетингових стратегій; створення програм стратегічного маркетингу, визначення ефективності маркетингових стратегій.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Менеджмент».

Зміст. Стратегічний маркетинг у сучасній концепції маркетингової діяльності. Стратегічний аналіз зовнішнього маркетингового середовища. Аналіз привабливості ринку. Стратегічний аналіз внутрішнього маркетингового середовища. Аналіз маркетингової конкурентоспроможності товарів та послуг. Маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку, диференціації та позиціонування. Формування маркетингових стратегій конкуренції. Маркетингові стратегії зростання та портфельні стратегії. Маркетингові конкурентні стратегії залежно від ринкової позиції підприємства. Маркетингові стратегії зростання. Маркетингове управління стратегічним бізнес-портфелем підприємства. Стратегічне маркетингове планування. Впровадження стратегій маркетингу: умови, механізм, ефективність.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 631 с.
2. Крикавський Є.В. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник / Є.В. Крикавський, Л.І. Третьякова, Н.С. Косар. – Львів, Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 256 с.
3. Котлер Ф. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів: навчальний посібник / Ф. Котлер, Карен Ф. А. Фокс, [пер. з англ.]. – К.: УАМ, Вид. Хімджест, 2011. – 580 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (оглядова/тематична/ проблемна; лекція-консультація: лекція-конференція; дуальна/лекція із заздалегідь запланованими помилками);

– практичні заняття (тренінг/презентація/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація/ симуляція/ модерація/ моделювання ситуацій/ «мозкова атака»/тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах)

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка підготовленої презентації / захист проєктів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кармазінова В.Д., канд. екон. наук, ст. викладач кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок управління лояльністю споживачів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові інформаційні системи»..

Зміст. Сутність понять «лояльність споживачів», «задоволеність» та «прихильність». Типи лояльності споживачів. Сутність понять «маркетинг лояльності» та «маркетинг відносин». Історія становлення маркетингу лояльності в Україні та світі. Вплив маркетингового середовища на формування лояльності споживачів. Принципи та інструменти формування та управління лояльністю споживачів. Цілі та етапи формування лояльності споживачів. Сутність та види програм лояльності. Види винагород та способи їх накопичення у програмах лояльності. Інформаційно-аналітичне забезпечення імплементації програм лояльності. Методи сегментування споживачів та визначення цільової аудиторії підприємства. Способи автоматизації програм лояльності. Види CRM-систем. Методи оцінювання результативності формування лояльності споживачів. Гейміфікація програм лояльності. Маркетингові комунікаційні стратегії управління лояльністю споживачів.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія / Т. В. Дубовик. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 331 с.
2. Зикерманн Г. Геймифікація в бізнесі: монографія / Г. Зикерманн, Линдер Дж. – Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с.
3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: навч. посібник для студентів вищих навч.закладів / Т. О. Примак. — К. : Ельга;Ніка-Центр, 2008. — 280 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (оглядова/тематична);
– практичні заняття (презентація, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод Кейс-стаді, модерація, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, дайджесту; ситуаційні завдання; захист проєктів);
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4 . Назва. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. II.

Лектор, науковий ступінь, посада.

Гуляєва Н.М., канд. екон. наук, проф. кафедри економіки та фінансів підприємства

Результати навчання. Здобуття студентами знань і набуття навичок з питань розроблення інвестиційної стратегії підприємства, аналізу інвестиційної привабливості проєктів, методів оцінювання їхньої ефективності, ризиків, ліквідності, формування інвестиційного фінансового портфеля та програм реальних інвестицій підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.

«Фінанси», «Економіка підприємства», «Фінанси підприємства».

Зміст. Сутність, мета та функції інвестиційного менеджменту. Методологічні засади та методичний інструментарій інвестиційного менеджменту. Оцінка та прогнозування розвитку інвестиційного ринку. Інвестиційна стратегія підприємства. Політика формування інвестиційних ресурсів підприємства. Управління реальними інвестиціями підприємства. Правила прийняття інвестиційних рішень. Формування програми реальних інвестицій підприємства. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства. Управління фінансовими інвестиціями підприємства. Управління портфелем фінансових інвестицій підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Боярко І.М. Інвестиційний аналіз: навч. посіб. / І.М. Боярко. – К.: «Видавництво Ліра-К», 2017. – 400 с.

2. Гуляєва Н.М. Інвестиційний менеджмент: методика розв'язання практичних завдань : навч. посіб. / Н.М. Гуляєва, І.М. Вавдійчик ; за заг. ред. Н.М. Гуляєвої. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 220 с.

3. Мостенська Т.В. Управління проектами: навч. посіб. / Т.В. Мостенська. – К.: «Видавництво Ліра-К», 2018. – 132 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова / тематична / проблемна / лекція-консультація);
- семінарські / практичні / лабораторні заняття (тренінг / презентація / дискусія / тренажерні завдання / метод кейс-стаді / робота в малих групах / інше).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; / перевірка презентації / вправи / задачі / ситуаційного завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.5. Назва. МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2021/2022.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцишина Л.К., проф., канд. техн. наук, проф. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів системи знань, компетентності та набуття практичних навичок щодо уміння аналізувати систему управління маркетинговими і рекламними службами підприємства; здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття маркетингових рішень, розробляти маркетинговий і рекламний плани підприємства та маркетингові програми надання й просування цінності; оцінювати задоволення споживачів; розробляти маркетингові програми за елементами комплексу маркетингу; визначати особливості управління холістичною маркетинговою організацією; контролювати й аналізувати результати маркетингової діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові товарна та цінова політики».

Зміст. Маркетинг менеджмент: теоретичні та методологічні основи. Основні етапи процесу маркетинг менеджменту. Процес прийняття маркетингових рішень. Системний аналіз у процесі прийняття маркетингових рішень. Діагностика конкурентного середовища в системі маркетингу. Бенчмаркінг як функція маркетингових досліджень. Управління процесом маркетингового планування та характеристика його основних етапів: аналіз проблеми, визначення мети маркетингової діяльності, пошук альтернатив вирішення існуючої проблеми, прогно-

зування розвитку, оцінка найкращого варіанта вирішення проблеми, прийняття рішення та постановка планового завдання, супроводження плану. Стратегічне маркетингове планування. Тактичне і оперативне маркетингове планування. Вимоги до ефективної організації маркетингового планування. Розробка маркетингових програм. Управління комплексом маркетингу на підприємстві. Маркетинговий менеджмент в соціальних мережах. Контролінг і ефективність маркетингу. Маркетинговий аудит. Маркетинговий аудит підприємства роздрібною торгівлі. Контроль і аналіз маркетингової діяльності. Маркетинг менеджмент підприємства малого бізнесу. Оцінка ефективності маркетингу на основі системи збалансованих показників.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / О.А. Біловодська . – К.: Знання, 2010. – 332 с.
2. Яцишина Л.К. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / Л.К. Яцишина. – К. : МВЦ «Медінформ», 2013. – 323 с.
3. Сливоцький А., Вебер К. Мистецтво творення попиту. Як передбачити прагнення покупців: підручник / А. Сливоцький, К. Вебер. – К. : Знання, 2012. – 342 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова/тематична/ проблемна/ лекція-консультація/лекція-конференція /лекція із заздалегідь запланованими помилками);
- практичні заняття (тренінг/презентація/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація/ симуляція/ модерація/ моделювання ситуацій/ «мозкова атака» /тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах/інше)

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого дайджесту/ презентації індивідуального творчого завдання/ ситуаційні завдання/ захист проектів/ творча олімпіада тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.6. Назва. МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцишина Л.К., проф., канд. техн. наук, проф. кафедри маркетингу.

Результати навчання Оволодіння студентами теоретичних знань з маркетингу інновацій, набуття практичних навичок використання сучасних методів стратегічного маркетингового аналізу в процесі формування програм маркетингу інновацій на підприємстві з метою успішного виведення нових продуктів на ринок.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації».

Зміст. Конститутивні компоненти формування та впровадження стратегій маркетингу інновацій з метою зростання конкурентоспроможності підприємства. Стратегічний маркетинговий аналіз конкуренції на ринку інновацій. Специфічні особливості маркетингових досліджень, таргетування стратегічного й операційного маркетингу інновацій. Вивчення поведінки та сегментування споживачів за адаптивністю до нового товару. Хайтек-маркетинг як основа постійного розвитку сучасного бізнесу. Обґрунтування комплексу маркетингових заходів для позиціонування нового товару. Маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці, у дистрибуції інновацій. Ефективні інтегровані маркетингові комунікації на ринку інновацій. Економічні та репутаційні ризики підприємств від впровадження або відсутності маркетингу інновацій. Інноваційні маркетингові програми впровадження маркетингу інновацій. Умови успішного впровадження стратегій маркетингу інновацій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Федулова Л.І., Мазаракі А.А., Андрощук Г.О., Інноваційна політика : підручник / Л.І. Федулова, А.А. Мазаракі, Г.О. Андрощук. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 604 с.
2. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу [Текст] : монографія / За ред. С.М. Ілляшенка. - Суми : Університетська книга, 2008. - 615 с.
3. Федулова І.В. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. для студентів екон. спец. / Федулова І.В., Скопенко Н.С. – К. : Компринт, 2016. – 292с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (проблемні, тематичні, лекції-консультації);
- практичні заняття (кейс-стаді, дискусія, «мозкова атака», моделювання ситуацій, модерація, робота в малих групах, презентація).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (перевірка та обговорення підготовлених проектів, захист проектів, індивідуальних творчих завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. Назва. УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2022/2023.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Бай С. І., проф., д-р екон. наук, зав. кафедри менеджменту; Присяжнюк А. Ю., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту (пройшла стажування в Університеті центрального Ланкаширу м. Престон в рамках програми ЄС Еразмус+ «Навчальна (академічна) мобільність»).

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців цілісної системи теоретичних знань та практичних навичок з управління змінами в організаціях, розуміння принципів та особливостей застосування сучасного інструментарію реалізації змін та вироблення навичок щодо оцінювання ефективності та результативності управління змінами.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економіка і фінанси підприємства», «Менеджмент».

Зміст. Природа, джерела та необхідність проведення змін. Глобальне середовище змін. Локальне середовище змін. Типологізація змін в організації. Процес управління змінами в організації. Організаційна діагностика та оцінка готовності організації до змін. Проектний підхід до управління змінами. Мотивація та контроль впровадження змін. Моделі управління змінами в організації. Методи та інструменти управління змінами. Зміни в групах і командах в організації. Зміни в організаційній культурі. Сприйняття та реакція працівників на зміни в організації. Керівництво та лідерство в управлінні змінами. Організаційний розвиток як результат змін. Розвиток організацій, що навчаються. Результативність та ефективність управління змінами.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Буднік, М.М. Управління змінами: підручник / М. М. Буднік, Н. М. Курилова. – Київ : Кондор, 2017. – 225 с.
2. Управління змінами: Підручник / А. А. Мазаракі, С. І. Бай, І. П. Миколайчук [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. Нац. торг.- екон. ун-т, 2018. – 544 с.
3. Frank V. Change Management – Manage the Change or It Will Manage You. / Voehl, Frank, Harrington, N. James; Productivity Pr., 2016. – 390 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: проблемні лекції, метод кейс-стаді, практичні завдання з використанням інформаційних технологій, розробка та презентація проектів, розв'язання розрахунково-аналітичних задач, участь у рольових іграх, виконання практичних та аналітичних вправ, виїзні заняття, застосування елементів дистанційного навчання, самостійна робота студентів.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань,

обговорення ситуаційних вправ, вирішення практичних задач, захист індивідуальних та групових проєктів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. БІЗНЕС-ІНЖИНІРИНГ

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Трубей О.М., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри економіки та фінансів підприємства, директор навчально наукового центра «Бізнес симуляції»

Результати навчання. Формування теоретичних знань та практичних навичок створення нового бізнесу (*startup company*), побудови бізнес-моделі та процесної моделі організації, обґрунтування необхідних передумов ефективного управління бізнесом.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економічна теорія», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг».

Зміст. Сутність, принципи та складові бізнес-інжинірингу. Інформаційні системи та технології в бізнес-інжинірингу. Генерування бізнес-ідеї. Мистецтво презентації бізнес-ідеї. Бізнес-моделі: сутність, стилі та шаблони. Формування (дизайн) бізнес-моделі конкретного бізнесу. Сутність, зміст та концептуальні засади класифікації бізнес-процесів. Створення (дизайн) бізнес-процесів в межах визначеної бізнес-моделі. Управління бізнес-процесами підприємства. Методика оцінювання ефективності бізнес-процесів. Стратегія та реалізація бізнес проєкту. Система збалансованих показників ефективності бізнес-проєкту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/заходи.

1. Ареф'єва О. В. Інжиніринг бізнес-процесів: принципи та технологія: навчальний посібник / О. В. Ареф'єва, І. Є. Мельник. – К. : ГРОТ, 2010. – 253 с.

2. Рапопорт Б. Інжиніринг та моделювання бізнесу: монографія / Б. Рапопорт, А. Скубченко. – К.: «Інфра-М», 2013. – 168 с.

3. Загорна Т.О. Формування бізнес-моделі підприємства. навчальний посібник / Т.О. Загорна, А.О. Коломицева. – Донецьк: СПД Купріянов. – 2010. - 403 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій:

– лекції (оглядова / тематична / проблемна / із запланованими помилками);

– практичні/ (тренінг / презентація / дискусія / комунікативний метод / модерація / моделювання ситуацій / «мозковий штурм» / тренажерні завдання / метод кейс-стаді / робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування; усне / письмове опитування; презентація проекту / розрахунково-аналітичної роботи / ситуаційного завдання та ін.);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. БРЕНД-СТРАТЕГІЇ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лабурцева О.І., проф., д.е.н., проф. кафедри маркетингу

Результати навчання. Формування у студентів сучасної цілісної системи знань у сфері формування бренд-стратегій, набуття практичних навичок проведення стратегічного аналізу бренду, створення, розвитку, зміни і адаптації бренду до ринку, а також стратегічного управління портфелем брендів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Стратегічний маркетинг».

Зміст. Сутність, функції та класифікація брендів. Правовий захист брендів. Марочний капітал та його активи. Сутність, класифікація та етапи розробки бренд-стратегії. Стратегічний аналіз бренду. Позиціонування бренду. Асортимент, цінова сегментація, канали збуту та географія продажів. Інтегровані маркетингові комунікації бренду. Організація виконання, контроль та оцінка ефективності бренд-стратегії. Портфельні бренд-стратегії на основі матриці архітектури брендів та матриці Є. Таубера. Стратегії розвитку бренду в часі. Репозиціонування бренду та ребрендинг.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. – Донецьк : ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. – 459 с.

2. Старов С.А. Управление брендами : учебник / С.А. Старов. – 4-е изд., испр. – К.: УАМ, «Вид. Хімджест», 2017. – 500 с.

3. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 631 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання:

– лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);

– практичні заняття (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, «мозкова атака», робота в малих групах).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування; усне, письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених презентацій, задач, ситуаційних завдань);
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. КОНСЮМЕРСЬКЕ ПРАВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, науковий ступінь, посада. Микитенко Л.А. доц., кан. юрид.наук, доцент кафедри міжнародного цивільного права та комерційного права

Результати навчання. Вивчення дисципліни передбачає підготовку, в результаті якої студенти повинні знати: основні поняття та складові системи споживчого права; загальне та спеціальне законодавство України в сфері захисту прав споживачів; історичні передумови розвитку конsumerського руху у світі та його вплив на розвиток споживчого законодавства в Україні; основоположні принципи діяльності державних органів з питань захисту прав споживачів та їх повноваження; права та обов'язки споживачів; способи захисту прав споживачів; особливості застосування відповідальності за порушення прав споживачів.

Студенти повинні вміти: орієнтуватися у чинному споживчому законодавстві, вміти правильно тлумачити чинне законодавство і застосовувати його на практиці, вірно обрати відповідні спеціальні правові норми в споживчому законодавстві, основні засоби державного регулювання захисту прав споживачів; основні права споживачів у разі придбання товару неналежної якості; вирішувати спори у споживчій сфері складати претензії до суб'єктів господарювання та позовні заяви до суду про порушення прав споживачів, робити висновки і надавати пропозиції щодо правомірності застосування цивільної, адміністративної, господарської відповідальності, адміністративно-господарських санкцій за порушення споживчого законодавства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство», «Господарське право».

Зміст. Поняття споживчого права як правового інституту. Консумеризм як всесвітній соціально-політичний рух. Правове значення, мета та завдання Керівних принципів ООН на захист інтересів споживачів. Загальна характеристика законодавства України про захист прав споживачів. Правові основи та характеристика Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів. Державний захист своїх прав та гарантований

рівень споживання як основні права споживачів. Загальна характеристика основних прав та обов'язків споживачів.

Організаційно-правове регулювання захисту прав споживачів. Система і повноваження органів влади у сфері захисту прав споживачів. Правове регулювання захисту прав споживачів у сфері роздрібної купівлі-продажу. Права споживачів у разі придбання товарів неналежної якості. Порядок пред'явлення вимог споживача щодо якості придбаного товару. Порядок обміну товару неналежної якості. Права споживачів у разі виявлення недоліків чи фальсифікації товару протягом гарантійного або інших строків. Правове регулювання захисту прав споживачів у сфері виконання робіт та надання послуг. Правила торговельного обслуговування населення на ринку споживчих товарів. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Захист прав споживачів страхових послуг : монографія / Г.О. Ільченко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 184 с.

2. European commission: communication from the commission to the european parliament, the council, the economic and social committee and the committee of the regions. [Електронний ресурс: режим доступу]: http://ec.europa.eu/consumers/eu_consumer_policy/our-strategy/documents/consumer_agenda_2012_en.pdf

3. Сайт Комітету Європарламенту з питань внутрішнього ринку ЄС та захисту прав споживачів: [Електронний ресурс: режим доступу]: <http://www.europarl.europa.eu/committees/en/imco/home.html>

Методи навчання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції: оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація, лекція-дискусія тощо;

– семінарські, практичні заняття (тренінг, презентація, дискусія, комунікативний метод, есе, вирішення практичних ситуаційних завдань, робота в малих групах та інші види), самостійна робота, консультації.

Методи оцінювання:

– поточний, модульний контроль, тестування, усне, письмове опитування, перевірка підготовленого есе, дайджесту, огляду, звіту, конспекту, презентації, вправи, задачі, ситуаційного завдання тощо тощо;

– підсумковий контроль (іспит).

Мова навчання. Українська.

4.11. Назва. КОРПОРАТИВНЕ ПРАВО.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, науковий ступінь, посада. Пальчук П.М., кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного, цивільного та комерційного права.

Результати навчання.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати: поняття, предмет та основні принципи корпоративного права; основні джерела корпоративного права; сутність основних інститутів корпоративного права; порядок створення корпорацій та їх припинення; правове регулювання корпоративного управління корпораціями уповноваженими суб'єктами; майнові права та обов'язки учасників корпоративних відносин та засади їх правового регулювання; визначення особливостей функціонування корпорацій із спеціальним статусом, в тому числі створених за участі суб'єктів публічного права.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни.

«Теорія держави і права», «Цивільне право», «Адміністративне право і процес», «Трудове право», «Господарське право».

Зміст. Поняття і ознаки корпоративного права. Система корпоративного права та характеристика його основних інститутів. Джерела корпоративного права. Суб'єкти корпоративних відносин та їх види. Правовий статус органів управління корпорації, порядок їх формування та повноваження. Способи і механізми захисту прав та законних інтересів суб'єктів корпоративних відносин. Система державних органів, що здійснюють захист корпоративних прав фізичних та юридичних осіб, територіальних громад та держави.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Пальчук П.М. Корпоративне право : навч. посіб. К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2015. 316 с.
2. Господарське право : практикум / А. Г. Бобкова (кер. авт. кол.), Ю. О. Моїсеєв, Ю. М. Павлюченко та ін. ; за заг. ред. А. Г. Бобкової. Харків : Право, 2018. – 592 с.
3. Корпоративне право: навчальний посібник / О.В. Пушкіна, С.В. Несинова, Т.М. Лежнєва, І.Б. Пробко, Т.А. Тодорошко; за заг. ред. С.В. Несиної. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 276 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції дискусії);
- семінарські заняття (презентація/ дискусія/ комунікативний метод/моделювання ситуацій/ ситуаційні завдання/ моделювання судових засідань/ інше).

Методи оцінювання:

– поточний контроль: тестування, усне або письмове опитування, перевірка підготовленого есе, дайджесту, огляду, звіту, узагальнення судової практики щодо певного питання, конспекту, презентації, ситуаційного завдання тощо);

– підсумковий контроль - екзамен.

Мова навчання. Українська.

4.12. Назва. КОРПОРАТИВНІ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Яцюк Д.В., доц., канд. екон. наук., доц. каф. журналістики та реклами.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння та практичних навичок роботи у сфері зв'язків з громадськістю у корпоративному сегменті.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Копірайтинг», «Теорія зв'язків з громадськістю».

Зміст. Зовнішні та внутрішні корпоративні зв'язки з громадськістю. Засоби корпоративної репутації. Корпоративна соціальна відповідальність. Стратегічний та тактичний горизонти у корпоративних зв'язках з громадськістю. Основні документи та методичне забезпечення діяльності ПР-мена в корпоративному сегменті.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Мориарти С. Связи с общественностью и интегрированная маркетинговая коммуникация: преимущества интеграции. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : spot.colorado.edu/~moriarts/prarticles.html

2. Ромат Є.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс) : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Є.В. Ромат, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик. – Київ : Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 284 с.

3. Тихомирова, Є.Б. Корпоративні комунікації : Посібник / Є.Б. Тихомирова – Луцьк: Вежа-Друк, 2013. - 216 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (оглядова/тематична);

– практичні заняття (презентація/ виконання тренувальних вправ, творчі індивідуальні завдання).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, письмове опитування, перевірка та обговорення підготовленої презентації, індивідуального творчого завдання, захист проектів);

– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.13. Назва. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Коноплянникова М.А., доц., канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу.

Результати навчання. Засвоєння теоретичних засад здійснення маркетингового аналізу та конкретних методів і прийомів його застосування. Формування необхідних знань і базових професійних компетентностей на основі теоретичних положень і практичних надбань щодо сучасних методів здійснення маркетингового аналізу та можливостей їх застосування в практичній діяльності вітчизняних підприємств.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетингові дослідження», «Статистика».

Зміст. Сутність та призначення маркетингового аналізу. Здійснення маркетингового аналізу за допомогою спеціального програмного забезпечення. Описові статистики при здійсненні маркетингового аналізу. Кореляційний та регресійний аналіз при здійсненні маркетингового аналізу. Графічні методи аналізу та їх значення при здійсненні маркетингового аналізу. Факторний аналіз при здійсненні маркетингового аналізу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Економічний аналіз : навч. посіб. [для студ. екон. вузів] / М.А.Болух, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов, А.П. Заросило ; за ред. М.Г. Чумаченка. – Київ : КНЕУ, 2011. – 540 с.

2. Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посіб. [для студ. вищ. закл. освіти] / Т.І. Макаренко. – Київ : Центр навч. л-ри, 2015. – 154 с.

3. Ортинська, В.В. Маркетингові дослідження : підручник. / Ортинська В.В., Мельникович О.М. – 2-ге вид. доповн. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання:

– лекції (оглядова, тематична, лекція-консультація);

– практичні заняття (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах, виконання індивідуальних завдань в спеціальному програмному забезпеченні SPSS).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого звіту, презентації, ситуаційні завдання);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.14. Назва. МАРКЕТИНГОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Суслowa Т.О., канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо питань створення, застосування та впровадження маркетингових інформаційних систем та розв'язання маркетингових завдань при використанні інформаційних технологій та сучасної обчислювальної техніки. Освоєння студентами цієї дисципліни сприятиме формуванню інтеграційного механізму відтворення їх професійних знань і вмінь під час організації та веденні бізнесу, тобто буде визначати рівень підготовленості фахівців самостійно приймати рішення при використанні сучасних інформаційних технологій.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові товарна та цінова політики».

Зміст. Вивчення теоретичних основ формування маркетингових інформаційних систем та вирішення маркетингових завдань, а саме: використання нових інформаційних технологій в умовах розвитку споживчого ринку України; комп'ютеризація діяльності служб маркетингу; планування та впровадження маркетингових інформаційних систем; інформаційні технології прийняття маркетингових рішень; застосування маркетингових інформаційних технологій в діяльності підприємств торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології : навч. посіб. для студентів за напрямом підготовки «Транспортні технології» / О.В. Грицунов; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 222 с.
2. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : практикум / Н.С. Пінчук, Г.П. Галузинський, Н.С. Орленко ; [редкол. ф-ту О.Д. Шарапов (голова) та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Держ. ВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» – К.: КНЕУ, 2011. – 251 с.
3. Сайт Менеджмент.юа. Розділ: Інформаційні системи та технології // Режим доступу <http://www.management.com.ua/>

Заплановані навчальні заходи та методи навчання:

– лекції (оглядова/тематична/ лекція-консультація);
– лабораторні заняття (тренінг/ дискусія/ комунікативний метод/ імітація/ моделювання ситуацій /тренажерні завдання/ метод Кейс-стаді/робота в малих групах/інше).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування; перевірка та обговорення підготовленого звіту/ індивідуального проекту /задачі /ситуаційних завдань/ захист проектів)
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.15. Назва. ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Миронець С.М., д.психол.н., доц., зав. кафедри психології.

Результати навчання. Володіти теоретичними знаннями та інструментальними, міжособистісними, системними та фаховими компетентностями, що дасть змогу усвідомити психологічні особливості управлінської діяльності, аналізувати сукупність психічних явищ і відносин в організації, що виникають в процесі управління та регулювати їх психологічними методами у практичній діяльності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Психологія». «Менеджмент»

Зміст. Теоретико-методологічні основи психології управління. Психологічні особливості компонентів і функцій психології управління. Методи психології управління. Особистість в психології управління. Стель, як соціально-психологічна проблема управління. Психологія ділового управлінського спілкування. Психологічна характеристика суб'єкт - об'єктної взаємодії в психології управління. Передумови та рушійні сили розвитку керівника. Мотиваційна сфера особистості керівника. Психологічна готовність керівника до управлінської діяльності. Психологічні основи прийняття управлінських рішень. Психологія управління конфліктами.

Психологічні аспекти кадрової політики. Психологічні особливості формування іміджу організації. Здоров'я та професійне довголіття керівника.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби:

1. Ходаківський Є.І. Психологія управління: Підручник / 5-те вид. перероб. та доп. Х-69 [текст] / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 492 с.
2. Карамушка Л.М., Москальов М.В. Психологія підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації: монографія / Л.М. Карамушка, М.В. Москальов. – К. – Львів: Сполом, 2014. – 216 с.
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління : посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академ. вид., 2013. – 568 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядові, тематичні, проблемні, лекції-конференції, лекції-дискусії);
- практичні заняття (тренінги, презентації, дискусії, робота в малих групах, моделювання ситуацій, мозковий штурм, виїзні заняття).

Методи оцінювання.

- поточний контроль (тестування усне / письмове опитування; перевірка підготовленого есе / дайджесту / огляду / звіту / конспекту / презентації / задачі / ситуаційні завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен)

Мова навчання та викладання. Українська.

4.16. Назва. РИЗИКИ В МАРКЕТИНГУ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Лабурцева О. І., проф., докт. екон. наук, проф. кафедри маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів сучасної цілісної системи знань у сфері управління ризиками, набуття практичних навичок застосування у майбутній професійній діяльності інструментарію ідентифікації, оцінки та зниження маркетингових ризиків, а також прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Статистика», «Соціологія», «Маркетингові дослідження».

Зміст. Сутність ризиків у маркетингу. Управління маркетинговими ризиками. Методи кількісної оцінки ризиків. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації. Аналіз та способи зниження основних маркетингових ризиків. Ефективність маркетингових заходів з урахуванням ставлення до ризику.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Герасимчук Н. А. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. А. Герасимчук, Т. В. Мірзоєва, О. А. Томашевська. – Київ : Компринт, 2013. – 320 с.

2. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. / Т. С. Клебанов, О. В. Мілов, С. В. Мілевський та ін. – Харків : ХНЕУ, 2010. – 264 с.

3. Федулова І. В. Економічні ризики та методи їх вимірювання : навч. посіб. для студентів екон. спец. / Федулова І. В., Скопенко Н. С. – К. : Компринт, 2016. – 292 с.

Заплановані навчальні заходи та методи навчання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

– лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
– практичні заняття (дискусія, імітація, моделювання ситуацій, «мозкова атака», робота в малих групах).

Методи оцінювання.

– поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених вправ, задач, ситуаційних завдань)
– підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.17. Назва. ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2021/2022, 2022/2023.

Семестр. I-III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кавун-Мошковська О.О., доц., канд. екон. наук, доц. кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Результати навчання. Формування у студентів системи знань про сутність підприємницьких об'єднань та торговельних мереж; класифікацію підприємств торгівлі та торговельних мереж та особливості їх управлінських процесів; типи стратегій розвитку торговельної мережі на ринку та методичні засади їх розробки; сутність, класифікацію, мотиви використання власних торговельних марок; сутність категорійного менеджменту, основні етапи його впровадження.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Торговельне підприємництво», «Економіка торгівлі», «Менеджмент», «Маркетинг», «Логістика».

Зміст. Сутність та класифікація підприємницьких мереж у торгівлі. Основні етапи формування підприємницьких мереж у торгівлі країн світу. Передумови розвитку підприємницьких об'єднань в Україні. Фактори, що здійснюють вплив на формування підприємницьких об'єднань в економіці

України. Класифікація торговельних мереж. Конкурентні переваги торговельних мереж. Методичні підходи до розробки стратегії формування торговельних мереж. Організаційні форми функціонування торговельних мереж. Орендний менеджмент у торговельній мережі. Власні торговельні марки. Категорійний менеджмент у корпоративній торговельній мережі. Управління товаропостачанням торговельної мережі. Франчайзингові торговельні мережі. Управління взаємовідносинами між суб'єктами у франчайзинговій торговельній мережі. Торговельні центри та їх мережі. Види добровільних об'єднань у роздрібній торгівлі та принципи їх формування.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби

1. Голошубова Н.О. та ін., Підприємницькі мережі в торгівлі: монографія / Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков, О.П. Бегларашвілі, Т.М. Григоренко; за заг. ред.. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2014. – 344 с.
2. Armstrong, G. Fundamentals of Marketing [Text] / G. Armstrong, W. Wong, F. Kotler, J. Saunders; with English – LLC "I. D. Williams », 2008. –1200 p.
3. Загорна Т.О. Формування бізнес-моделі підприємства: навчальний посібник / Т.О. Загорна, А.О. Коломицева. – Донецьк: СПД Купріянов. – 2010. – 403 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
- практичні заняття з викорішенням ситуаційних завдань, розв'язанням задач, підготовкою доповідей, обговоренням проектів, презентацій, проведенням дискусій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне та письмове опитування, перевірка індивідуальних завдань та проектів, тестування);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 2 |
| 1. Загальна інформація | 3 |
| 1.1. Назва та адреса..... | 3 |
| 1.2. Опис закладу (зокрема тип і статус)..... | 3 |
| 1.3. Академічні органи..... | 6 |
| 1.4. Академічний календар..... | 7 |
| 1.5. Перелік запропонованих освітніх програм. | 7 |
| 1.6. Вимоги щодо прийому, у тому числі мовна політика та процедури реєстрації. | 11 |
| 1.7. Механізми для визнання кредитної мобільності та попереднього навчання (неформального та інформального)..... | 11 |
| 1.8. Політика розподілу кредитів ЄКТС (інституційна кредитна рамка) | 12 |
| 1.9. Механізми академічного управління..... | 12 |
| 2. Ресурси та послуги | 12 |
| 2.1. Відділ обліку студентів..... | 12 |
| 2.2. Умови розміщення/забезпечення проживання..... | 13 |
| 2.3. Харчування | 13 |
| 2.4. Вартість проживання. | 14 |
| 2.5. Фінансова підтримка для студентів | 14 |
| 2.6. Медичні послуги. | 15 |
| 2.7. Страхування..... | 16 |
| 2.8. Умови для студентів з обмеженими можливостями та особливими потребами. | 16 |
| 2.9. Навчальне обладнання..... | 17 |
| 2.10. Організація мобільності студентів за освітніми програмами.. | 20 |
| 2.11. Обов'язкові та вибіркові «вікна мобільності»..... | 21 |
| 2.12. Інформація про види дипломування (спільного, подвійного, багатостороннього) | 22 |
| 2.13. Члени консорціуму/партнерства та їх ролі | 22 |
| 2.14. Мовні курси | 23 |
| 2.15. Можливості для проходження практики | 23 |
| 2.16. Навчання на робочому місці..... | 25 |
| 2.17. Умови для занять спортом і відпочинку | 26 |
| 2.18. Студентські організації | 27 |
| 3. Освітня програма (із зазначенням керівника проектної групи – гаранта освітньої програми) | 28 |
| 4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни) | 40 |