

**Міністерство освіти і науки України
Полтавська державна аграрна академія**

Факультет економіки та менеджменту

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ ПРОГРАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Європейська кредитно-трансфертна система (ЄКТС)

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг

Полтава – 2018

Структура Інформаційного пакету програми спеціальності 075 Маркетинг

Титульна робота

1.	Інформація про програму: Загальний опис	
1.1.	Кваліфікація, що присвоюється	Бакалавр маркетингу
1.2.	Тривалість програми	4 роки
1.3.	Кількість кредитів ЄКТС	240 кредитів
1.4.	Рівень вищої освіти	Бакалавр
1.5.	Галузь знань	07 Управління та адміністрування
1.6.	Профіль програми	ОПП
1.7.	Програмні результати навчання	ПРН 1. Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. ПРН 2. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. ПРН 3. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. ПРН 4. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. ПРН 5. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. ПРН 6. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. ПРН 7. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. ПРН 8. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. ПРН 9. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. ПРН 10. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. ПРН 11. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.
1.8.	Структурна діаграма програми з кредитами	
1.9.	Форма навчання	Денна
1.10.	Гарант програми	Хурдей В.Д.

1.8. Структурна діаграма програми з кредитами

Шифр	Назва навчальних дисциплін та складових освітнього процесу	Загальний обсяг, год.	Кількість кредитів, ЄКТС
1 курс			
ОЗП 1.1.1	Вища математика	150	5
ОЗП 1.1.3	Економічна інформатика	90	3
ОЗП 1.1.4	Економічна теорія	180	6
ОЗП 1.1.5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	180	6
ОЗП 1.1.6	Історія економіки та економічної думки	90	3
ОЗП 1.1.7	Історія України	90	3
ОЗП 1.1.8	Історія української культури	90	3
ОЗП 1.1.9	Правознавство	90	3
ОЗП 1.1.10	Українська мова (за професійним спрямуванням)	90	3
ОЗП 1.1.11	Університетська освіта	90	3
ОЗП 1.1.12	Фізичне виховання	60	2
ОЗП 1.1.13	Філософія	90	3
ОПП 1.2.20	Системи технологій	180	6
ОПП 1.2.23	Теорія організації	105	3,5
НП 1.3.1	Навчальна практика «Економічна інформатика»	225	7,5
Всього		1800	60
2 курс			
ОЗП 1.1.2	Економіко-математичні методи та моделі	150	5
ОЗП 1.1.12	Фізичне виховання	60	2
ОПП 1.2.18	Менеджмент	90	3
ОПП 1.2.11	Маркетинг	270	9
ОПП 1.2.8	Курсова робота «Маркетинг»	90	3
ОПП 1.2.22	Статистика	90	3
ОПП 1.2.4	Економіка підприємства	90	3
ОПП 1.2.7	Курсова робота «Економіка підприємства»	90	3
ВЗП 2.1.2	Психологія	90	3
ВЗП 2.1.6	Соціологія	90	3
ВПП 2.2.8	Підприємництво	150	5
ВПП 2.2.7	Міжнародна економіка	165	5,5
ВПП 2.2.9	Організація та планування діяльності підприємства	150	5
ВПП 2.2.21	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	165	5,5
ВПП 2.2.27	Організація аграрного бізнесу	150	5
ВПП 2.2.30	Торгівельне підприємництво	150	5
НП 1.3.2	Навчальна практика «Маркетинг»	225	7,5
Всього		1800	60
3 курс			
ОПП 1.2.5	Біржова справа	120	4
ОПП 1.2.12	Маркетинг послуг	90	3
ОПП 1.2.14	Маркетингова товарна політика	120	4
ОПП 1.2.9	Курсова робота «Маркетингова товарна політика»	90	3
ОПП 1.2.21	Сталий розвиток сільських територій	90	3

ОПП 1.2.15	Маркетингове ціноутворення	150	5
ОПП 1.2.3	Бухгалтерський облік	120	4
ОПП 1.2.16	Маркетингові дослідження	165	5,5
ОПП 1.2.19	Проектний аналіз	90	3
ВПП 2.2.3	Електронна комерція	90	3
ВПП 2.2.5	Інформаційні системи і технології в маркетингу	120	4
ВПП 2.2.15	Фінанси	90	3
ВПП 2.2.2	Економіка праці і соціально-трудові відносини	150	5
ВПП 2.2.14	Управління якістю	90	3
ВПП 2.2.18	Гроші та кредит	90	3
ВПП 2.2.16	Соціальна економіка	150	5
ВПП 2.2.22	Імітаційне моделювання	90	3
ВПП 2.2.24	Комп'ютерні мережі та телекомунікації	120	4
ВПП 2.2.29	Стандартизація та сертифікація продукції	90	3
ВП 1.3.4	Організаційно-аналітична практика	225	7,5
Всього		1800	60
4 курс			
ОПП 1.2.1	Аграрний маркетинг	120	4
ОПП 1.2.6	Курсова робота «Аграрний маркетинг»	90	3
ОПП 1.2.2	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	90	3
ОПП 1.2.25	Конкурентоспроможність підприємства	150	5
ОПП 1.2.10	Логістика	120	4
ОПП 1.2.13	Маркетингова збутова політика	135	4,5
ОПП 1.2.17	Маркетингові комунікації	120	4
ОПП 1.2.24	Управління бізнес процесами	90	3
ВПП 2.2.1	Аграрне право	90	3
ВПП 2.2.4	Етика ділового спілкування	90	3
ВПП 2.2.6	Маркетинг підприємств малого бізнесу	120	4
ВПП 2.2.10	Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств	120	4
ВПП 2.2.12	Стратегія підприємства	105	3,5
ВПП 2.2.13	Товарознавство	90	3
ВПП 2.2.17	Господарське законодавство	90	3
ВПП 2.2.19	Економічна безпека підприємства	105	3,5
ВПП 2.2.20	Етика бізнесу	90	3
ВПП 2.2.25	Контролінг	120	4
ВПП 2.2.26	Маркетинг агропромислових формувань	120	4
ВПП 2.2.28	Потенціал і розвиток підприємства	90	3
ВП 1.3.3	Комплексна практика з фаху	180	6
ДА 1.4.1	Єдиний державний кваліфікаційний іспит	90	3
Всього		1800	60

Інформація окремих освітніх компонентів
(навчальних дисциплін)
СВО Бакалавр

1 курс

Вища математика

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.1

2.2. Назва. Вища математика.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1.

2.6. Семестр. 2

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Овсієнко Ю. І.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень; оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

1. Елементи теорії матриць і визначників. Загальна теорія систем лінійних алгебраїчних рівнянь. Елементи матричного аналізу. Векторна алгебра та аналітична геометрія. Елементи теорії границь.. Диференціальне числення функції однієї змінної. Граничний аналіз. Дослідження функцій та побудова їх графіків. Основні поняття функції багатьох змінних та їх інтерпретація в економічній теорії. Диференційованість функції багатьох змінних. Екстремум та умовний екстремум функції двох змінних. Інтегральне числення. Диференціальні рівняння. Ряди та їх застосування. Елементи фінансової математики та математичної економіки.

2.11. Рекомендована література.

1. Барковський В. В. Вища математика: [навч. посібник] / В. В. Барковський, Н. В. Барковська, О. К. Лопатін. – К.: ЦУЛ, 2002. – 448 с.

2. Дубовик В.П. Вища математика: [навч. посібник] / В.П. Дубовик, І.І. Юрик. – К.: Видавництво А.С.К., 2003. – 648 с.

3. Дубовик В.П. Вища математика. Збірник задач: [навч. посібник] / В.П. Дубовик, І.І. Юрик. – К.: Видавництво А.С.К., 2003 – 480 с.

4. Макаренко В. О. Вища математика для економістів: [навч. посібник] / В. О. Макаренко. – К.: Знання, 2008. – 517 с.

5. Флегантов Л. О. Вища математика. Курс лекцій для економічних спеціальностей: [навч. посібник] / Л. О. Флегантов, В. М. Яворська, К.Е. Яворський. – Полтава, 2009. – 280 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (усне опитування, контроль виконання практичних завдань самостійна робота, тестування, контрольна робота);

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Економічна інформатика

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.3

2. 2. Назва. Економічна інформатика.

- 2.3. Тип.** Обов'язкова.
- 2.4. Цикл.** Загальної підготовки.
- 2.5. Рік навчання.** 1.
- 2.6. Семестр.** 2.
- 2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.
- 2.8. П.І.Б лектора.** Протас Н. М.
- 2.9. Програмні результати навчання.**

Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет і завдання дисципліни. Концептуальні аспекти економічної інформатики. Системне забезпечення інформаційних процесів. Програмні засоби роботи зі структурованими документами. Програмні засоби роботи з базами даних. Інструментальні засоби програмування. Мережні технології. Застосування Internet в економіці та бізнесі. Організація комп'ютерної безпеки та захисту інформації. Сучасні інформаційні системи та перспективи розвитку інформаційних технологій.

2.11. Рекомендована література.

1. Економічна інформатика: навчальний посібник / Григорків В. С. та ін. Чернівці: Книги - XXI, 2008. 463 с.
2. Економічна інформатика: навчальний посібник / Грицюк П. М. та ін. Рівне: НУВГП, 2017. 311 с. URI: <http://ep3.nuwm.edu.ua/id/eprint/6757>.
3. Економічна інформатика: підручник / за заг. ред. Макарової М. В. Суми: Університетська книга, 2011. 480 с.
4. Зацеркляний М. М., Мельников О. Ф., Струков В. М. Основи комп'ютерних технологій для економістів. К.: ВД «Професіонал», 2007. 672 с.
5. Копішинська О. П., Калініченко А. В., Костоглод К. Д. Основи роботи в об'єктно-орієнтованому середовищі Visual Basic 6.0: навчальний посібник. Полтава: РВП ПДАА, 2010. 136 с.
6. Костоглод К. Д. Економічна інформатика: курс лекцій для студентів економічних спеціальностей (Частина перша, друга). Полтава: РВП ПДАА, 2008, 2009. 210 с.
7. Ткаченко В. А., Під'ячий Г. Ю., Рябик В. А. Економічна інформатика: навчальний посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2011. 312 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль – контроль ведення конспекту; контроль виконання завдань лабораторних робіт; оформлення та захист звітів із лабораторних робіт; контроль виконання завдань із самостійної роботи; виконання тесту і контрольної роботи на ПК.
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Економічна теорія

2. Опис дисципліни

- 2.1. Шифр.** ОЗП. 1.1.4.
- 2.2. Назва.** Економічна теорія.
- 2.3. Тип.** Обов'язкова.
- 2.4. Цикл.** Загальної підготовки.
- 2.5. Рік навчання.** 1 курс.
- 2.6. Семестр.** 1.
- 2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 6.
- 2.8. П.І.Б лектора/ лекторів.** Литвин О. Ю.
- 2.9. Програмні результати навчання.**

Уміти самостійно логічно оцінювати ситуацію, збирати інформацію, інтерпретувати,

оцінювати та аналізувати її.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет і метод економічної теорії. Економічні потреби та виробничі ресурси. Економічна система та місце власності в економіці. Товарна форма виробництва. Товар і гроші. Ринок, його сутність і функції. Моделі ринку. Конкуренція і монополія в ринковій системі. Економічні агенти ринкової економіки. Витрати виробництва і прибуток. Капітал. Галузеві особливості функціонування капіталу. Закономірності функціонування національної економіки. Економічний розвиток. Зайнятість, безробіття та інфляція. Держава як основний регулятор національної економіки. Фінансово-кредитна система. Сутність і структура світового господарства. Економічні аспекти глобальних проблем.

2.11. Рекомендована література.

1. Мочерний С.В. Політична економія: [Навчальний посібник] / Мочерний С.В., Устинко О. А., Фомішин С. В. – Херсон, Дніпро, 2012. – 210 с.
2. Основи економічної теорії / [За редакцією А. А Чухна.] К. : Вища школа, 1994. – 255 с.
3. Основи економічної теорії. [Підручник]. / [За редакцією А.А. Чухна.] – К.: Вища школа, 2001. – 175 с.
4. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: [Підручник] / [За ред. Г. Н. Клименко.] – К.: «Знання – Прес», 2014. – 298 с.
5. Політекономія: [Підручник.] / [За ред. Ю.В. Ніколенка]. – К.: – ЦУЛ, 2003. – 365 с.
6. Політична економія: [Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни] / [За ред. К. Т. Кривенка]. – К.: КНЕУ, 2013. – 358 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль – (усне опитування; письмове опитування; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи);
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Іноземна мова (за професійним спрямуванням)

2. Опис дисципліни

2.1 Шифр. ОЗП 1.1.5

2.2 Назва. Іноземна мова за професійним спрямуванням.

2.3 Тип. Обов'язкова.

2.4 Цикл. Дисципліна загальної підготовки.

2.5 Рік навчання. 1

2.6 Семестр. 1-2

2.7 Кількість кредитів ЄКТС. 6

2.8 П.І.Б. лектора/лекторів. Лифар А.А., Ніколаєнко Ю.О., Сахарова Л.М.

2.9 Програмні результати навчання.

Знати та використовувати економічну термінологію, пояснювати базові концепції мікро- та макроекономіки. Оволодіти навичками усної та письмової професійної комунікації іноземною мовою (німецька/англійська). Усвідомити основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

2.10 Зміст навчальної дисципліни.

Об'єкт, предмет і завдання дисципліни. Фонетичні норми іноземної мови, яка вивчається. Нормативна граматики іноземної мови, яка вивчається. Аудіювання та мовлення. Читання. Мовленнєвий етикет спілкування. Елементи усного і письмового перекладу. Ділове листування. Професійно орієнтовані джерела. Електронні іншомовні джерела.

2.11 Рекомендована література.

1. Бориско Н. Ф. Бізнес-курс німецької мови: навчальний посібник. Київ: Логос, 2007. 352 с.
2. Буша А. Ведення ділових перемовин. Бізнес-курс : навчальний посібник. Київ: Методика, 2014. 160 с.

3. Постникова Е.М. Бизнес-курс немецкого языка. Киев: «А.С.К.», 2012. 432 с.
4. Херинг А. Деловая переписка и переговоры по телефону. К.: Методика, 2014. 240 с.
5. Höffgen Adelheid. Deutsch lernen für den Beruf. Max Hueber Verlag, 2012. 264 с.

2.12 Методи контролю:

- поточний контроль (усне опитування, тестування)
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13 Мова викладання. Німецька/англійська/українська.

Історія економіки та економічної думки

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОЗП. 1.1.6.

2.2. Назва. Історія економіки та економічної думки.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1 курс.

2.6. Семестр. 2.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Литвин О. Ю.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет і метод історії економіки та економічної думки. Господарство первісного суспільства та його еволюція на етапі ранніх цивілізацій. Особливості господарського розвитку та економічної думки періоду формування світових цивілізацій (VIII ст. до н.е. – V ст. н.е.). Господарство та економічна думка суспільств Європейської цивілізації в період середньовіччя (V—XV ст.). Формування передумов ринкової економіки в країнах Європейської цивілізації (XVI перша половина XVII ст.). Розвиток ринкового господарства в період становлення національних держав (друга половина XVII – перша половина XIX ст.). Ринкове господарство країн Європейської цивілізації в період монополістичної конкуренції (друга половина XIX — початок XX ст.). Особливості розвитку ринкового господарства та основні напрямки економічної думки в Україні (друга половина XIX — початок XX ст.). Господарство та економічна думка в період державно-монополістичного розвитку суспільств європейської цивілізації (перша половина XX ст.). Розвиток національних економік країн Європейської цивілізації в системі світового господарства під впливом науково-технічної революції (друга половина XX ст.). Світове господарство та основні напрямки економічної думки на етапі інформаційно-технологічної революції (кінець XX – початок XXI ст.). Економічний розвиток України в умовах радянської економічної системи та його трактування в економічній думці. Формування засад ринкового господарства в Україні (90-ті роки XX ст.).

2.11. Рекомендована література.

1. Лановик Б.Д. Економічна історія : курс лекцій / Лановик Б.Д., Лазорович М.В. – К. : Вікар, 2006. – 405 с.
2. Васильєва Р.Х. Історія економічної думки України : навч. посібник / Васильєва Р.Х., Горкіна Л.П. – К. : Либідь, 2013. – 278 с.
3. Корнійчук Л.Я. Історія економічних вчень : підручник / Корнійчук Л.Я., Татаренко Н.О., Поручник А.М. – К. : КНЕУ, 2014. – 564 с.
4. Макаренко П.М. Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. / Макаренко П.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Кончаковський Є.О. – Полтава : ФОП Крюков, 2013. – 442 с.
5. Юхименко П.І. Історія економічних учень : навч. посіб. / Юхименко П.І., Леоненко П.М. – 4 вид., випр. – К. : Знання-Прес, 2011. – 514 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – (усне та письмове опитування; написання рефератів; тестування);

– підсумковий контроль – залік

2.13. Мова викладання. Українська.

Історія України

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.7.

2.2. Назва. Історія України.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1.

2.6. Семестр. 1.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора Макарець С. В.

2.9. Програмні результати навчання.

Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Київська Русь, її піднесення. Втрата політичної єдності Київської Русі і державності. Українські землі у складі іноземних держав (XIV – XVI ст.). Україна у XVI – першій половині XVII ст. Національно-визвольна війна українського народу під проводом Б.Хмельницького, її політичні результати. Україна у другій половині XVII ст. «Руїна»: її соціально-політична суть і наслідки. Гетьманщина у складі Російської імперії. Остаточна ліквідація української державності. Капіталістична еволюція України у складі Російської імперії, її особливості (друга половина XIX ст.). Україна на початку XX ст. Українська національно-демократична революція 1917 – 1920 рр. Розвиток України в умовах утвердження тоталітарного режиму (1920 – 1939 рр.). Україна в роки Другої світової війни (1939 – 1945 рр.). Становище України в повоєнний період (1946 – 1953 рр.). Соціально-економічний розвиток України в умовах «відлиги» та в період загострення кризи радянської системи (1954 – 1985 рр.). Відродження незалежності України. Суспільно-політичний розвиток України в умовах незалежності.

2.11. Рекомендована література.

1. Багацький В. В., Кормич Л. І. Історія України. К.: Алерта, 2004. 407 с.
2. Бодрухін В. М., Довжук І. В., Литвиненко В. Ф. Нариси з історії Української державності (до кінця XIX століття). Луганськ: Сх. нац. ун-т, 2000. 135 с.
3. Історія України: Нове бачення / В. Ф. Верстюк, О. В. Горань, О. І. Гуржій та ін.; за ред. В. А. Смолія. К.: Альтернативи, 2000. 464 с.
4. Історія України: посібник / за ред. Г. Д. Темка, Л. С. Тупчієнка. К.: Видавничий центр «Академія», 2002. 480 с.
5. Савченко Н. М., Подольський М. К. Історія України: модульний курс: навч. посібник для студ. вузів. К.: Інкос, 2006. 544 с.
6. Яковенко Н. Нарис історії середньовічної та ранньомодерної України. К.: Критика, 2005. 584 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (усне опитування; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Історія української культури

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.8

2.2. Назва. Історія української культури.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1 курс.

2.6. Семестр. II.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Шаравара Т.О.

2.9. Програмні результати навчання.

Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Історія української культури як навчальна дисципліна. Витоки української культури. Усна і обрядова народна творчість українців. Культура Київської русі. Культурні процеси за литовсько-польської доби і польсько-козацької доби. Українська культура козацько-гетьманської доби. Культура в час пробудження української національної свідомості. Українська культура і духовне життя на початку XX століття. Модерн. Провідні тенденції розвитку сучасної української культури. Постмодерн.

2.11. Рекомендована література.

1. Греченко В. А. Історія української та зарубіжної культури / В. А. Греченко. – К. : Літера, 2000. – 464 с.

2. Кордон М. В. українська та зарубіжна культура / М. В. Кордон. – К.: ЦУЛ, 2002. – 507 с.

3. Культурологія: теорія та історія культури / (За ред. Тюрменко І. І.). – К.: ЦУЛ, 2004. – 368 с.

4. Шаравара Т. О. Історія української культури / Т. О. Шаравара. – Полтава, 2015. – 180 с.

5. Мальцева О. В. Історія української культури [Електронний ресурс] : методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни «Історія української культури» для студентів всіх спеціальностей всіх форм навчання / О. В. Мальцева. – Маріуполь : ПДТУ, 2013. – 117 с. – Режим доступу : <http://umm.pstu.edu/handle/123456789/645>

6. Гудзенко О. П. Проблема національної ідентичності у творчості письменників розстріляного відродження [Електронний ресурс] / О. П. Гудзенко // Літературознавчі студії. – 2014. – Вип. 42 (1). – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Lits_2014_42\(1\)__37.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Lits_2014_42(1)__37.pdf).

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – (ведення конспекту; опитування; написання рефератів; та виконання домашніх завдань);

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Правознавство

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.9

2.2. Назва. Правознавство

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1 курс.

2.6. Семестр. II.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б. лектора/ лекторів. Махмудов Х.З.

2.9. Програмні результати навчання.

Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю; забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок; оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Основи теорії права і держави. Конституційне право України. Адміністративне право. Цивільне право. Трудове право. Аграрне, земельне та екологічне право. Кримінальне право. Судові та правоохоронні органи України. Розгляд цивільних, адміністративних, кримінальних справ.

2.11. Рекомендована література.

1.Ведерніков Ю.А., Грекул В. С. Теорія держави та права : навч. посібник. К. : Центр учб. л-ри, 2005. 224 с.

2.Логвинова М., Кафарський В. Основи правознавства / За ред. В. П. Нагребельного. К.: ЦУЛ, 2005. 568 с.

3.Негодченко О. В. та ін. Основи правознавства : навч. посібник. К. : ЦУЛ, 2005. 416 с.

4.Каркач П. М., Головка В. О., Барановський Д. І. та ін. Основи правознавства України: навч. посіб. для підгот. бакалаврів у ВНЗ II-IV рівнів акредитації М-ва аграр. політики України. Х. : Еспада, 2008. 338 с.

5.Берлач А. І. та ін. Правознавство : підручник / ред. В. В. Копейчиков, А. М. Колодій. К.: Юрінком Інтер, 2008. 792 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – (розв'язування тестів; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи; написання рефератів за темами навчальної дисципліни; підготовка доповіді на конференцію);

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Українська мова (за професійним спрямуванням)

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.10

2.2. Назва. Українська мова (за професійним спрямуванням).

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1.

2.6. Семестр. I.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Дедушно А. В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій; - забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку; - організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок; - виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень;

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Державна мова – мова професійного спілкування. Основи культури української мови. Стилї сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні. Спілкування як інструмент професійної діяльності. Риторика і мистецтво презентації. Культура усного фахового спілкування. Форми колективного обговорення професійних проблем. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. Документація з кадрово-контрактних

питань. Довідково-інформаційні документи. Етикет службового листування. Українська термінологія в професійному спілкуванні. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні. Проблема перекладу і редагування наукових текстів.

2.11. Рекомендована література.

1. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник / С. В. Шевченко, І. В. Клименко. – 4-те вид., виправ. і доповнен. – К. : Алерта, 2014. – 696 с.
2. Ботвина Н. В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови [Текст] : навч. посіб. / Н. В. Ботвина. – К. : Арттек, 1999. – 264 с.
3. Васенко Л. А. Фахова українська мова [Текст] : навч. посіб. / Л. А. Васенко, В. В. Дубічинський, О. М. Кримець. – К. : Центр учб. літ., 2008. – 272 с.
4. Глушик С. В. Сучасні ділові папери [Текст] : навч. посіб. для вищ. та серед. спец. навч. закладів / С. В. Глушик, О. В. Дияк, С. В. Шевчук. – К. : Атака, 2005. – 544 с.
5. Гриценко Т. Б. Українська мова та культура мовлення [Текст] : навч. посіб. для студ. аграр. вищ. навч. закладів та коледжів / Т. Б. Гриценко. – К. : Центр навч. літ., 2003. – 536 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль – експрес-опитування на практичних заняттях, виконання навчальних завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, підсумкове тестування;
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Університетська освіта

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОЗП. 1.1.11

2.2. Назва. Університетська освіта.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1.

2.6. Семестр. 1.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Хурдей В.Д.

2.9. Програмні результати навчання.

Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.)

Вища освіта в контексті Болонського процесу. Фундаменталізація та індивідуалізація підготовки фахівців з вищою освітою. Організація навчального процесу у вищому навчальному закладі. Фахова підготовка у вищому навчальному закладі: вступ до спеціальності. Бібліотека вищого навчального закладу і правила користування її фондами. Соціально-культурна інфраструктура вищого навчального закладу. Студентське самоврядування як невід'ємна складова демократизації вищої школи.

2.11. Рекомендована література.

1. Вища освіта України: Методологічні та соціально-виховні проблеми модернізації: Монографія / За заг. ред. В. П. Андрущенко, М. І. Михальченка, В. Г. Кременя. – К: Знання, 2014. – 440 с.
2. Бушман І. О. Система освіти як засіб модернізації української культури. – К.: ІВО АПН України, 2014. – 151 с.
3. Мещанінов О.П. Сучасні моделі розвитку університетської освіти в Україні: Монографія. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2005. – 460 с.
4. Педагогіка вищої школи: Навч. посіб. / За ред. З.Н. Курлянд. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: знання, 2007. – 495 с.
5. Університетська освіта (вступ до фаху): [навч. посібник] / Костирко І.Г.,

Гнатишин Л.Б., Петришин Л.П., Гарасим М.П. – Львів: Вид-во «Магнолія 2006», 2011. – 350 с.

6. Фіцула М.М. Педагогіка вищої школи: Навч. посіб. / М.М. Фіцула – К.: «Академвидав», 2006. – 352 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Фізичне виховання

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр ОЗП 1.1.12.

2.2. Назва. Фізичне виховання.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1-2.

2.6. Семестр. 1-4.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б. лектора/лекторів.

2.9. Програмні результати навчання.

Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Фізична культура і система фізичного виховання у вищому навчальному закладі. Основи гігієни і здорового способу життя. Легка атлетика. Гімнастика. Оздоровче і прикладне значення занять фізичною культурою і спортом. Волейбол. Баскетбол. Основи розвитку та вдосконалення фізичних якостей. Методи фізичного виховання. Основи раціонального харчування при різноманітних видах і умовах праці та особливостях життєдіяльності.

2.11. Рекомендована література.

1. Амосов М. М. Роздуми про здоров'я. К.: Здоров'я, 1990. 68 с.

2. Баранов В.М. В мире оздоровительной физкультуры. К.: Здоровье, 1987. 134 с.

3. Белов Р.А. Самостоятельные занятия студентов физической культурой: учебное пособие. Вища школа, 1988. 208 с.

4. Булич Е.Г. Валеологія. Теоретичні основи валеології: навч. посіб. К.: ІЗМН, 1997. 114 с.

5. Віровський Л.П. Атлетична гімнастика: навчал. посіб. К.: ІСДО, 1994. 100 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль.

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Філософія

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр ОЗП 1.1.13

2.2. Назва. Філософія

2.3. Тип. Обов'язкова

2.4. Цикл. Загальної підготовки

2.5. Рік навчання. 1

2.6. Семестр. 1/2

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3

2.8. П.І.Б. лектора/лекторів. Шейко С.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Оволодіти знаннями історико-філософського процесу. Знати основні поняття, категорії, закони та принципи філософії. Оволодіти методологією наукового пізнання. Сформувати світоглядну позицію особистості з найважливішими загальнолюдськими цінностями – гідності, свободи, морального добра, справедливості та естетичної краси.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Філософія як специфічний тип знань. Стародавня філософія. Філософія Середньовіччя та Відродження. Філософія Нового часу та Просвітництва. Німецька класична філософія. Сучасна світова філософія. Українська філософія. Онтологія: проблема буття. Свідомість. Філософія пізнання. Логіка методологія наукового пізнання. Філософська антропологія. Соціальна філософія. Філософія науки і культури, стратегія майбутнього.

2.11. Рекомендована література.

1. Філософія: підруч. для вищої школи / В. Афанасенко / Василь Григорович Кремень (заг. ред.), Микола Іванович Горлач (заг. ред.). – 3.вид., перероб. та доп. – Х. : Прапор, 2004. – 735 с.
2. Філософія: навч. посібник для студ. і аспірантів вищ. навч. закладів / В. Буслинський. – Київ : Київський славистичний ун-т, 2002. – 315 с.
3. Філософія: навчальний посібник / В. Воронкова. – Київ : ВД Професіонал, 2004. – 460 с.
4. Філософія: підручник / О. Киричок. – Полтава : РВВ ПДАА, 2010. – 325 с.
5. Філософія: навч. посібник / В.С. Пазенюк. – Київ : Академвидав, 2008. – 280 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань, тестування, контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – іспит.

2.13. Мова викладання. Українська.

Системи технологій

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр:ОПП 1.2.20

2.1. Назва: Системи технологій

2.2. Тип: обов'язкова

2.4. Цикл: професійної підготовки

2.5. Рік навчання: 1

2.6. Семестр: 2

2.7. Кількість кредитів ЄКТС: 6

2.8. ПІБ лектора: Писаренко С.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності; Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

Зміст навчальної дисципліни:

Системи господарства, технологічний розвиток, та їх закономірності. Пріоритетні напрямки технологічного розвитку та прогресивні види технології. Основи рослинництва, технологія вирощування основних сільськогосподарських культур. Основи тваринництва,

технологія вирощування тварин в сільському господарстві. Технологія виробництва та зберігання кормів. Основи механізації АПК. Система технологій переробних галузей продукції сільського господарства. Економічна оцінка технологій.

Рекомендована література:

1. Дичковська О.В. Системи технологій галузей народного господарства: навч. посіб. / Дичковська О.В. – К.: ІСДО, 1995. – 312 с.
2. Дичковська О.В. Системи технологій. Збірник технологічних схем / Дичковська О.В., Благутяк О.С.- Тернопіль: Економічна думка. 1999.- 81 с.
3. Дубровин Ф.Е. Системы технологий: основные категории: учеб. пособ. для вузов / Под ред. Деречина В.В. – Ч. I. – Одесса: Латстар, 2001 – 200 с.
4. Колотило Д.М. Системи технологій і екологія промисловості: навч. посіб. / Колотило Д.М. – К. : НМК ВО, 1992. – 220 с.
5. Тютюнник М.Г. Технологічні карти у рослинництві (Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів /Тютюнник М.Г.. – Полтава. – 2010, 26 с.

Методи і форми контролю:

- поточний (контроль виконання практичних завдань та завдань для самостійної роботи;

- підсумковий контроль – залік.

Мова викладення: Українська.

Теорія організації

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОПП 1.2.23.

2. 2. Назва. Теорія організації.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1.

2.6. Семестр. 1.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3,5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Яснолоб І.О.

2.9. Програмні результати навчання.

Застосовувати знання та уміння в галузі маркетингу щодо формування комплексу маркетингу, створення системи стратегічного маркетингу та забезпечення ефективного розвитку підприємства в динамічному ринковому середовищі; демонструвати знання та розуміння предметної області, обізнаність у професійній діяльності, бути здатним надавати сільськогосподарські, управлінські дорадчі послуги.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Методологічні засади теорії організації. Основні організаційні теорії та моделі. Організація як система. Організація як соціум. Організаційний процес. Самоорганізація. Зовнішнє й внутрішнє середовище організації. Організаційне проектування. Культура організації.

2.11. Рекомендована література.

1. Акулов В.Б. Теорія організації: учеб. пособие / В.Б. Акулов, М.Н. Рудаков. – Петрозаводск : ПетрГУ, 2002. – 192 с.
2. Бай С.І. Теорія організації [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Бай С.І., Самокиш О.В., Пашенко І.Н. – Режим доступу: http://www.studmed.ru/bay-s-samokish-ov-paschenko-n-ukl-teorya-organizac_3ad7811b094.html
3. Латфуллін Г.Р. Теорія організації [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Г.Р. Латфуллін, А.В. Райченко. – Режим доступу: http://stud.com.ua/33961/menedzhment/teoriya_organizatsiyi
4. Монастирський Г.Л. Теорія організації [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/334-teorya-organizats-monastirskiy-gl.html>
5. Осовська Г.В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г.В. Осовська,

О.А. Осовський – К.: Кондор, 2005. – 860 с.

6. Рогожин С.В. Теорія організації : учеб. пособ. / С.В. Рогожин, Т.В. Рогожина – [2-е изд. стереотип.] – М.: Экзамен, 2004. – 320 с.

7. Теорія організації [Електронний ресурс]: Короткий курс лекцій. – Режим доступу: http://studme.com.ua/1584072011147/ekonomika/teoriya_organizatsii.htm

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2 курс

Економіко-математичні методи та моделі

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОЗП 1.1.2.

2.2. Назва. Економіко-математичні методи та моделі.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 3.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора / лекторів. Вакуленко Ю. В., Мінькова О. Г.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Концептуальні аспекти математичного моделювання економіки. Оптимізаційні економіко-математичні моделі. Задача лінійного програмування та методи її розв'язування. Теорія двоїстості. Аналіз лінійних моделей оптимізаційних задач. Цілочислове програмування. Елементи теорії управління запасами. Елементи теорії ігор. Проста вибірка лінійна регресія. Економетричні функції

2.11. Рекомендована література.

1. Вітлінський В.В. Моделювання економіки : [Навч. посіб.] / В. В. Вітлінський. – К. : КНЕУ, 2003. – 408 с.

2. Калініченко А. В. Курс лекцій з дисципліни «Економіко-математичне моделювання» для студентів економічних спеціальностей вищих аграрних закладів освіти [Текст] / А. В. Калініченко, К. Д. Костоглод, Н. М. Протас, Ю. В. Шмиголь. – Полтава: ПДАА, 2008. – 162 с.

3. Катренко А. В. Дослідження операцій / А. В. Катренко. – Львів: «Магнолія Плюс», 2004. – 350 с.

4. Економіко-математичні методи та моделі: навч. посіб. для здобувачів вищої освіти СВО «Бакалавр» галузей знань «Соціальні та поведінкові науки», «Управління та адміністрування» і «Публічне управління та адміністрування» / [Костоглод К.Д., Калініченко А.В., Протас Н.М. та ін.] – Полтава: ПДАА, 2018. – 232 с.

5. Сибаль Я. Економіко-математичне моделювання АПК / Сибаль Я., Кадюк З., Іваницький І. – Львів : Вид-во «Магнолія 2006», 2013. – 277 с.

6. Ульяновченко О. В. Дослідження операцій в економіці [Текст] / О.В. Ульяновченко. – Харків : Вид-во Харківського державного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва, 2002. – 580 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання лабораторних робіт; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Менеджмент

2.Опис дисципліни

2.1. Шифр ОПП 1.2.18.

2.2. Назва. Менеджмент.

- 2.3. Тип.** Обов'язкова.
- 2.4. Цикл.** Професійної підготовки.
- 2.5. Рік навчання.** 2 курс.
- 2.6. Семестр** 3.
- 2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.
- 2.8. П.І.Б. лектора.** Дорофєєв О. В.
- 2.9. Програмні результати навчання.**

Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Планувати і розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Поняття і сутність менеджменту. Розвиток науки управління. Основи теорії прийняття управлінських рішень. Методи обґрунтування управлінських рішень. Планування в організації. Організація як функція управління. Мотивація. Управлінський контроль. Лідерство. Комунікації в управлінні. Ефективність управління.

2.11. Рекомендована література.

1. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту. Львів: Бак, 2001. 654 с.
2. Завадський Й.С. Менеджмент: підручник. Т.1. К.: УФІМБ, 2002. 543 с.
3. Кузьмін О.Є. Мельник О.Г. Основи менеджменту: підручник. К.: «Академвидав», 2003. 416 с.
4. Робінс С.П., ДеЧенцо Д.А. Основи менеджменту. К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2002. 671 с.
5. Сухарський В.С. Менеджмент (загальний з основами спеціального): навч. посіб. Тернопіль: Астон, 2004. 318 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (робота на лекціях; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (презентація рефератів);
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетинг

2. Опис дисципліни

- 2.1. Шифр.** ОПП. 1.2.11.
- 2. 2. Назва.** Маркетинг.
- 2.3. Тип.** Обов'язкова.
- 2.4. Цикл.** Професійної підготовки.
- 2.5. Рік навчання.** 2.
- 2.6. Семестр.** 3,4.
- 2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 9.
- 2.8. П.І.Б лектора/ лекторів.** Хурдей В.Д.
- 2.9. Програмні результати навчання.**

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Класифікація маркетингу. Характеристика маркетингу. Маркетингові дослідження. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова політика продажу. Маркетингова політика просування. Організація маркетингу. Контроль маркетингу. План маркетингу підприємства.

2.11. Рекомендована література.

1. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу: підручник. К.: Урожай, 2005. 176 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник Київ: Лібра, 2004. 712 с.
3. Земляков І.С. Основи маркетингу: навч. посібн. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 352 с.
4. Канищенко О.Л. Маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2014. 152 с.
5. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлар, А.Ф. Павленко та ін.; за ред. Ф. Котлер. Київ: Хімджест. 2008. 288 с.
6. Островський П.І. Аграрний маркетинг: навч. посібник. К.: «ЦУЛ», 2014. 224 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – залік (3 семестр), екзамен (4 семестр).

2.13. Мова викладання. Українська.

Статистика

2. Опис дисциплін

- 2.1. Шифр.** ОПП 1.2.22.
- 2.2. Назва.** Статистика.
- 2.3. Тип.** Обов'язкова.
- 2.4. Цикл.** Професійної підготовки.
- 2.5. Рік навчання.** 2 курс.
- 2.6. Семестр.** 3.
- 2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.
- 2.8. П.І.Б. лектора/ лекторів.** Рудич А.І.
- 2.9. Програмні результати навчання.**

Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень; оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни. Методологічні засади статистики. Статистичне спостереження. Зведення і групування статистичних даних. Узагальнюючі статистичні показники. Аналіз рядів розподілу. Аналіз подібності розподілів. Вибірковий метод. Статистичні методи вимірювання взаємозв'язків. Аналіз інтенсивності динаміки. Аналіз тенденцій розвитку та коливань. Індексний метод аналізу. Подання статистичних даних: таблиці, графіки, карти.

2.11. Рекомендована література.

1. Опря А.Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань). (2-ге вид., перероб. і допов.)/ Опря А.Т., Дорогань-Писаренко Л. О., Єгорова О. В., Кононенко Ж. А. - К. : Центр учбової літератури, 2014. - 536 с.
2. Опря А.Т. Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань): [навч. посібник] / А.Т.Опря. – К. : ЦУЛ, 2012. – 447 с.
3. Горкавий В. К. Статистика: [навч. посібник] / В. К. Горкавий. – К. : Алерта, 2012. – 608 с.
4. Горкавий В. К. Статистика: підручник / В. К. Горкавий. – (2-ге вид., перероб. і допов.). – К. : Аграрна освіта, 2009. – 512 с.
5. Єріна А. М. Статистика : підручник / А. М. Єріна, З.О. Пальян. – К.: КНЕУ, 2010. – 351 с.
6. Закон України «Про державну статистику» № 2614-XII від 17.09.1992 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : [http:// www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
7. Кулинич О. І. Теорія статистики : підручник / О. І. Кулинич, Р. О. Кулинич. – 5-те видання, перероб. і доп. – К. : Знання, 2010. - 239 с.

8. Мармоза А.Т. Статистика : підручник / А. Т. Мармоза.– К.: КНТ : Ельга-Н, 2009. – 895 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (відвідування лекцій та ведення конспекту; виконання завдань на практичних заняттях; розв’язування тестів, контрольні роботи; завдання самостійної роботи);
– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Економіка підприємства

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.4

2.2. Назва. Економіка підприємства.

2.3. Тип. Обов’язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 3.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3

2.8. ПІБ лектора. Демиденко Л. М.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Теорії підприємств і основи підприємництва. Види підприємств, їх організаційно-правові форми. Структура та управління підприємством. Ринок і продукція. Планування діяльності підприємства. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці. Капітал підприємства. Інвестиції та інноваційна діяльність. Техніко-технологічна база і виробнича потужність підприємства. Організація виробництва і забезпечення якості продукції. Витрати на виробництво та реалізацію продукції. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства. Розвиток підприємств: сучасні моделі, трансформація та реструктуризація. Економічна безпека та антикризова діяльність.

2.11. Рекомендована література.

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: [підруч.] / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2013. – 779 с.

2. Бойчик І. М. Економіка підприємств: навч. посіб. – [2-ге вид., доп. і перероб.] / І. М. Бойчик. – К. : Атіка, 2007. – 528 с.

3. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навч. посіб. / Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погіршук Б. В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 304 с.

4. Сіменко І. В. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / І. В. Сіменко. – К. : Ліра-К, 2013. – 384 с.

5. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Яркіна – Київ: Ліра-К, 2015. – 498 с.

6. Ярошевич Н. Б. Підприємництво і менеджмент навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич. – К. : Ліра-К, 2014. – 408 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (усне опитування, контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Психологія

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВЗП 2.1.2

2.2. Назва. Психологія.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2 курс.

2.6. Семестр. IV.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Подлесна Г.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет, мета та завдання психології. Методи та галузі психологічної науки. Основні напрямки розвитку психологічної науки. Виникнення та розвиток психіки. Психологія особистості. Психічні форми освоєння дійсності. Психологія спілкування. Психологічна характеристика діяльності. Людина і колектив. Індивідуально – психологічні особливості особистості.

2.11. Рекомендована література.

1. Психологія: підруч. [для студ. вищ. тех. навч. закл.] / за ред. О.В. Винославської, – К.: Інкос.–2005.–352 с.

2. Данчева О.В. Швалб Ю.М. Практична психологія в економіці та бізнесі: Навч. посіб. – К.: Лібра, 1998. – 270 с.

3. Загальна психологія: Підруч. для студентів вищ. навч. закладів / С.Д.Максименко, В.О.Зайчук, В.В.Клименко, В.О.Соловієнко. За загальною редакцією акад. С.Д.Максименка. - К.: Форум, 2000. - 543 с.

4. Лозниця В.С. Психологія і педагогіка: основні положення: Навч. посіб. для самост. вивчення дисципліни. – К.: Екс Об, 1999. – 304 с.

5. Мясоїд П.А. Загальна психологія: Навч. посібник. – К.: Вища шк., 2000.

6. Основи загальної психології / За ред. Максименка С.В. - К.: НППЦ Перспектива, 1998. - 256 с.

7. Загальна психологія: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / за ред Цимбалюк І.М. – К.:Професіонал.–2006.–304 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – (відвідування лекцій та практичних занять, ведення конспекту, розв'язування тестів, написання рефератів за темами навчальної дисципліни; виконання завдань самостійної роботи);

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Соціологія

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр ВЗП 2.1.6

2.2. Назва. Соціологія

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Загальної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 3.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б. лектора/лекторів. Колодій О. С.

2.9. Програмні результати навчання.

Знати основні теоретичні концепції, методи та сучасні досягнення соціології. Використовувати методи наукового пізнання, аналізу та синтезу в наукових дослідженнях та практичній діяльності. Знати види досліджень та умови їх застосування, етапи проведення дослідження. Уміти розробляти запитальник (анкету), ставити цілі дослідження, проводити аналіз та інтерпретацію результатів.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Соціологія як наука про суспільство. Виникнення і становлення соціології як самостійної науки. **Історія становлення і розвитку соціологічної думки в Україні. Суспільство як система.** Соціальна структура суспільства. Особистість у системі соціальних зв'язків. Методика та техніка соціологічних досліджень. Соціологія сім'ї та шлюбу. Соціологія молоді. Соціологія конфлікту.

2.11. Рекомендована література.

1. Брегеда А.Ю. Соціологія: [Навч. посіб.] / А. Брегеда, А. Бовтрук, Г. Дворецька та ін. – К.: “КНЕУ”, 1999. – 124 с.

2. Волович В.І. Соціологія: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / [В. І. Волович, М. І., Горлач, В. Г. Кремень та ін.] – [6-те вид.]. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 808 с.

3. Сірий Є. В. Соціологія: загальна теорія, історія розвитку, спеціальні та галузеві теорії: [Навч. посіб.] / Є. Сірий. – К.: Атіло, 2004. – 480 с.

4. Социология [Текст]: Наука об обществе / общ. ред.: В.П. Андрущенко, Н.И. Горлача. – Харьков: Рубикон, 1996. – 686 с.

5. Соціологія [Текст]: підручник для студентів вузів / за ред. В.Г. Городяненка. – 3-е вид., перероб. і доп. – К.: Академія, 2008. – 544 с.

6. Піча В.М. Соціологія: Загальний курс: [Навч. посіб.] / В. Піча – К.: Каравела, 2000. – 248 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань, тестування, контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Підприємництво

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.8

2. 2. Назва. Підприємництво

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 4.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Мороз С. Е.

2.9. Заплановані результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності; планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності; забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Тема 1. Теоретичні основи підприємництва

Тема 2. Державна політика та регулювання підприємницької діяльності

Тема 3. Галузі та види господарчої і підприємницької діяльності

Тема 4. Підприємницьке середовище

- Тема 5. Види підприємств
- Тема 6. Підприємництво як процес
- Тема 7. Організація підприємництва
- Тема 8. Ризики та страхування в підприємницькій діяльності
- Тема 9. Комерційне підприємництво у сфері оптової та роздрібно торгівлі
- Тема 10. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності
- Тема 11. Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві
- Тема 12. Міжнародні відносини в підприємницькій діяльності

2.11. Рекомендована література.

1. Гай І.В. Підприємництво: [навч. посіб.] / Гай І.В., Смерянська Т.П. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 368 с.
2. Губені Ю. Е. Підприємництво: [навч. посіб.] / Губені Ю. Е. – Львів : НВФ «Українські технології», 2012. - 572 с.
3. Клиффорд Ф. Грей Управление проектами: практическое руководство / Ф. Грей Клиффорд, У. Ларсое Эрик ; пер. с англ. – М.: Дело и сервис, 2003. – 528 с.
4. Кучеренко В.Р. Основи бізнесу. практичний курс / Кучеренко В.Р. Добрава Н.В., Квач Я.П. та ін. – К. : «Центр учбової літератури», 2010. – 176 с.
5. Тягунова Н.М., Юрко І.В. Основи підприємництва. [навч. посібник.] / Н.М. Тягунова, І.В. Юрко. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2002. 162 с.
6. Юрко І.В. Торгівельне підприємництво – : [навч. посіб.] / – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 232 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – іспит

2.13. Мова викладання. Українська.

Міжнародна економіка

Організація та планування діяльності підприємства

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.9

2. 2. Назва. Організація та планування діяльності підприємства.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Михайлова О.С.

2.9. Заплановані результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Організаційні основи виробництва. Виробничі системи. Виробничий процес і організаційні типи виробництва. Організація процесу планування на підприємстві. Організація та планування використання земельних ресурсів. Організація та планування матеріально-технічного забезпечення виробництва. Організація та планування використання трудових ресурсів. Організація та планування виробничої сфери АПК. Специфіка діяльності підприємств сфери послуг як об'єкта планування. Програмно-цільове планування.

Організація та планування обслуговуючих та допоміжних галузей. Організація та планування забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції.

2.11. Рекомендована література.

1. Березівський П.С. Організація виробництва в аграрних формуваннях. Навчальний посібник. / Березівський П.С., Михалюк Н.І., К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 560 с.

2. Нелеп В. М. Планування на аграрному підприємстві: Підручник. / Нелеп В.М. – К.: КНЕУ, 2000. –372с.

3. Організація і планування сільськогосподарського виробництва: навчальний посібник. [Зрібняк Л.Я., Ільчук М.М., Коновал І.А. та ін.]; за ред. Зрібняка Л.Я., Ільчука М.М. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2004.- 302 с.

4. Організація виробництва на сільськогосподарських підприємствах: Практикум / [Соловійов М.Ф., Байдик М.І., Беляєв Д.Е. та ін.]; за ред.. Соловійова М.Ф. – К.: Урожай, 1995. – 208 с.

5. Організація сільськогосподарського виробництва: Підручник / [Тарасенко Г.С., Зрібняк Л.Я., Ільчук М.М. та ін.]; за ред. Тарасенка. Г.С. – К.: ФАДА, ЛДТ, 2000. – 446 с.

6. Організація виробництва в аграрних підприємствах: Навчальний посібник / [Тютюнник М.Г., Михайлова О.С., Ковбаса О.О., Русанова Г.М. та ін.]; за ред.. Тютюнника М.Г. – Полтава: ФОП Говоров С.В., 2009. – 416 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – іспит.

2.13. Мова викладання. Українська.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.21.

2. 2. Назва. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 4.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5,5.

2.8. П.І.Б лектора. Даниленко В.І.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД). Предмет, зміст та завдання курсу. Система регулювання ЗЕД України. Митно-тарифне регулювання ЗЕД. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки. Операції зустрічної торгівлі. Посередницькі та орендні операції на зовнішніх ринках. Організація, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів. Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі-продажу. Ціна товару в міжнародних контрактах купівлі-продажу. Валютні та фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів. Організація і технологія міжнародних перевезень. Організація та функціонування підприємств з іноземним капіталом. Маркетинг у зовнішньоекономічній діяльності. Економічна ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

2.11. Рекомендована література.

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: підручник / за ред. І.В. Багрової.

Київ: «ЦУЛ», 2004. 580 с.

2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / за ред. Н.М. Тюріна. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / за ред. О.В. Шкурупій. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 246 с.

4. Зовнішньоекономічна діяльність. 2-ге видання: навч. посіб. / за ред. А.П. Румянцев. Київ, Центр учбової літератури, 2012. 292 с.

5. Козак Ю.Г. Міжнародна економіка. 3-є видання: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 450 с.

6. Козак Ю.Г. Міжнародна макроекономіка: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 400 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Організація аграрного бізнесу

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.27

2. 2. Назва. Організація аграрного бізнесу.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 2.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Яснолоб І.О.

2.9. Заплановані результати навчання.

Демонструвати знання систем управління агропромисловим комплексом та його підкомплексами, процесу формування механізмів управління, а також управління функціональними підсистемами організації, зокрема маркетинговою

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Основи підприємницької діяльності сільськогосподарських підприємств у ринкових умовах господарювання. Організаційні форми підприємництва в аграрній сфері. Підприємництво на базі державної і приватної власності. Організація малого аграрного бізнесу. Організація спільних підприємств та їх діяльність. Прогнозування ринкового середовища та вибір підприємницької діяльності. Бізнес-планування у підприємстві. Фінансова діяльність підприємств та кредитна і податкова системи в сфері аграрного бізнесу. Економічна ефективність діяльності підприємницьких структур з виробництва продукції тваринництва.

2.11. Рекомендована література.

1. Підприємницька діяльність та агробізнес: [підручник] / [М.М. Ільчук, Т.Д. Іщенко, П.О. Лайко та ін.]; за ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. – К.: Вища школа, 2006. – 543 с.

2. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: [навч. посібник] / [М.М. Ільчук, Т.Д. Іщенко, В.К. Збарський та ін.]; за ред. М.М. Ільчука. – К.: Вища школа, 2002. – 398 с.

3. Варналій З.С. Основи підприємництва: [навч. посібник] / З.С. Варналій. – [3 вид., випр. і доп.]. – К.: Знання-Прес, 2006. – 352 с.

4. Виноградська А.М. Основи підприємництва: [навч. посібник для студ. екон. спец. вищих навч. закл.] / А. М. Виноградська. – [2-ге вид., переробл. і доп.]. – К.: Кондор, 2008. – 544 с.

5. Губені Ю.Е. Основи підприємництва та агробізнесу: [навч. посібник] / Ю.Е. Губені. – Львів: Українські технології, 2002. – 256 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль

виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Торгівельне підприємництво

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.20.

2.2. Назва. Торговельне підприємництво.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 4.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Мороз С.Е.

2.9. Заплановані результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності; планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності; забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Теоретичні основи підприємництва. Державна політика та регулювання підприємницької діяльності. Галузі та види господарчої і підприємницької діяльності. Підприємницьке середовище. Види підприємств. Підприємництво як процес. Організація підприємництва. Ризики та страхування в підприємницькій діяльності. Комерційне підприємництво у сфері оптової та роздрібної торгівлі. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності. Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві. Міжнародні відносини в підприємницькій діяльності.

2.11. Рекомендована література.

1. Гай І.В. Підприємництво: [навч. посіб.] / Гай І.В., Смелянська Т.П. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 368 с.

2. Губені Ю. Е. Підприємництво: [навч. посіб.] / Губені Ю. Е. – Львів : НВФ «Українські технології», 2012. - 572 с.

3. Клиффорд Ф. Грей Управление проектами: практическое руководство / Ф. Грей Клиффорд, У. Ларсое Эрик ; пер. с англ. – М.: Дело и сервис, 2003. – 528 с.

4. Кучеренко В.Р. Основи бізнесу. практичний курс / Кучеренко В.Р. Доброва Н.В., Квач Я.П. та ін. – К. : «Центр учбової літератури», 2010. – 176 с.

5. Тягунова Н.М., Юрко І.В. Основи підприємництва. [навч. посібник.] / Н.М. Тягунова, І.В. Юрко. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2002. 162 с.

6. Юрко І.В. Торговельне підприємництво – : [навч. посіб.] / – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 232 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік

2.13. Мова викладання. Українська.

3 курс

Маркетинг послуг

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОПП. 1.2.12

2.2. Назва. Маркетинг послуг.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Хурдей В.Д.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни. Сфера послуг в економічному комплексі. Ринок послуг. Послуги з маркетингових досліджень та реалізації плану маркетингу. Послуги при закупівлі і постачанні продукції та збуті і експлуатації товару. Маркетинговий інструментарій на ринку послуг. Послуга як товар та вид людської діяльності. Процес продукування послуги. Учасники продукування послуг (персонал). Фізичне оточення або «упаковка» послуги та цінова політика в маркетингу послуг. Збут (продаж) продукції послуг. Маркетингові комунікації на ринку послуг.

2.11. Рекомендована література.

1. Вачевський М. В., Скотний В. Г. Маркетинг в сферах послуг: Навчальний посібник. – К.: “Центр навчальної літератури”, 2004 – 232 с.
2. Майдебура Е. В. Маркетинг услуг: Учебное пособие. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 547 с.
3. Мальченко В. М. Маркетинг послуг. – К.: КНЕУ, 2006. – 325 с.
4. 8. Маркова В. Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 127с.
5. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. – СПб.: Питер, 2000. –160 с.
6. Ткаченко Л. О. Маркетинг послуг: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003 – 192 с.
7. Шканова О. М. Маркетинг послуг: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2003. – 304 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Біржова справа

Маркетингова товарна політика

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.14

2.2. Назва. Маркетингова товарна політика.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора. Терещенко І. О.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Товари та послуги в маркетинговій діяльності. Ціна та якість товару. Конкурентоспроможність товару та її показники. Ринок товарів і послуг. Формування попиту на ринку окремого товару. Цільовий ринок товару і методика його вибору. Товарна політика підприємства. Життєвий цикл товару на ринку. Планування нового продукту та розробка товарів. Товарні марки та упаковка.

2.11. Рекомендована література.

1. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.

2. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисципліни. К.: КНЕУ, 2000. 124 с.

3. Холодний Г.О. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. 324 с.

4. Крикавський Є.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. 276 с.

5. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал», 2006. 336 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; усне опитування; письмове опитування тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Сталий розвиток сільських територій

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 1.2.21

2. 2. Назва. Сталий розвиток сільських територій.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора. Бардіна Т.О.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сільські території як об'єкт розвитку та управління. Функціональність сільських територій. Ресурсний потенціал сільських територій. Розвиток соціальної сфери сільських територій. Управління сільськими територіями. Розвиток системи місцевого самоврядування. Місце та роль сільських громад у розвитку сільських територій. Фінансове забезпечення проектів сталого розвитку сільських територій. Економічна база сільських територій. Несільськогосподарські види діяльності на сільських територіях. Політика сталого розвитку сільських територій.

2.11. Рекомендована література.

1. Інституційні та прикладні аспекти управління місцевим розвитком, орієнтованим на громаду (т.1, т.2) / [за заг. ред. Ю. М. Петрушенка]. – Суми : Університетська книга, 2014. – 368 с.

2. Мельник Ю. Ф. Соціально-трудовий потенціал українського села. Стан, проблеми, шляхи вирішення / [Ю. Ф. Мельник, Б. К. Супіханов, Ю. Я. Лузан та ін.]; – К.: НДІ «Укراгропромпродуктивність», 2007. – 352 с.

3. Павлов О. І. Сільські території України : історична трансформація парадигми управління : [монографія] / О. І. Павлов. – Одеса : Астропринт, 2006. – 360 с.

4. Розвиток сільських територій України : [посібник для голів сільських і селищних рад] / [Ю. О. Лупенко, М. І. Пугачов, О. Г. Булавка та ін.]; за ред. Ю. О. Лупенка, М. І. Пугачов, О. Г. Булавки. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 130 с.

5. Сталий розвиток суспільства : [навчальний посібник] / авт. : А. Садовенко, Л. Масловська, В. Середа, Т. Тимочко. 2 вид. – К.; 2011. – 392 с.

6. Якуба К. І. Життєвий і трудовий потенціал сільського населення України. Теорія, методологія, практика / К. І. Якуба. – К. : ННЦІАЕ, 2007. – 362 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетингове ціноутворення

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.15.

2.2. Назва. Маркетингове ціноутворення.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора. Даниленко В.І.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Система цін та їх

класифікація. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні. Формування цінової політики. Маркетингові стратегії ціноутворення. Ціноутворення в міжнародному маркетингу. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.

2.11. Рекомендована література.

1. Корінев В.Л., Корецький М.Х. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: ЦУЛ, 2007. 256 с.

2. Ларіна Я.С., Скрипник А.Л., Гальчинська Ю.М. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ, 2011. 200 с.

3. Литвиненко Є.В. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: ЦУЛ, 2008. 328с.

4. Лошенко І.Р. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 184 с.

5. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. 240 с.

6. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2012. 240 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Бухгалтерський облік

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.3.

2.2. Назва. Бухгалтерський облік.

2.3. Тип. Обов'язкова .

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 6.

2.8. П.І.Б лектора. Ліпський Роман Вікторович.

2.9. Програмні результати навчання.

Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Загальна характеристика бухгалтерського обліку, його предмет і метод. Бухгалтерський баланс. Рахунки бухгалтерського обліку і подвійний запис. Оцінювання та калькуляція. Документація та інвентаризація, техніка і форми бухгалтерського обліку. Облік необоротних активів. Облік запасів. Облік грошових коштів і дебіторської заборгованості. Облік фінансових інвестицій. Облік власного капіталу. Облік зобов'язань. Облік праці, її оплати та соціального страхування персоналу. Облік витрат діяльності підприємства. Облік доходів і фінансових результатів. Фінансова звітність.

2.11. Рекомендована література.

1. Бруханський Р.Ф. Бухгалтерський облік: підручник. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 480 с.

2. Бухгалтерський облік у виробничих та агросервісних кооперативах: підручник / за заг. ред. Плаксієнка В.Я. К.: Вид-во «Центр учбової літератури», 2014. – 448 с.

3. Лишиленко О.В. Бухгалтерський облік: підручник. К.: Вид-во «Центр учбової літератури», 2009. – 670 с.

4. Скоробогатова Н.Є. Бухгалтерський облік: навчальний посібник. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка» 2017. – 248 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетингові дослідження

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.16

2.2. Назва. Маркетингові дослідження

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5,5

2.8. П.І.Б лектора. Герасимчук Н.А.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Система сучасних методів маркетингових досліджень. Структура і процес маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Методи збирання маркетингової інформації. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів. Дослідження поведінки споживача. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства. Маркетингові дослідження брендів

2.11. Рекомендована література.

1. Кальна-Дубінюк Т. П. Паблік рілейшнз : навч. посіб. К.: [б.в], 2010. 204 с.

2. Королько В. Г. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підруч. для студ. вищ. навч. закл. вид. 3-тє доповн. і перероб. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.

3. Романов А. А., Панько А. В. Маркетинговые коммуникации. М.: Эксмо, 2006. 432 с.

4. Тихомирова, Є. Б. Зв'язки з громадськістю : навч. посіб. К.: НМЦВО, 2001. 560 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; усне опитування, написання рефератів).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Проектний аналіз

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр ОПП 1.2.19

2.2. Назва Проектний аналіз.

2.3. Тип Обов'язкова.

2.4. Цикл Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання 3 курс.

2.6. Семестр 5

2.7. Кількість кредитів ЄКТС 3.

2.8. П.І.Б лектора/лекторів Дивнич О.Д.

2.9. Програмні результати навчання.

Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Проектний аналіз як методологія та навчальна дисципліна. Концепція проекту. Життєвий цикл проекту. Концепція витрат і вигід у проектному аналізі. Цінність грошей у часі. Проектний грошовий потік. Стандартні фінансові та неформальні критерії прийняття рішень. Динамічний аналіз безбитковості проекту. Оцінювання і прийняття проектних рішень за умов ризику та невизначеності. Маркетинговий аналіз. Технічний аналіз. Інституціональний аналіз. Екологічний аналіз. Соціальний аналіз. Фінансовий аналіз. Економічний аналіз.

2.11. Рекомендована література.

1. Бардиш Г.О. Проектний аналіз: підручник. Національний банк України; Львівський банківський ін-т. Львів: ЛБІ НБУ, 2004. 416 с.
2. Богоявленська Ю.В. Проектний аналіз: навч. посіб. Київ: Кондор, 2004. 336 с.
3. Верба В.А. Загородніх О. А. Проектний аналіз: підручник. – Київ: КНЕУ, 2000. 322 с.
4. Єрмошенко М.М., Плужников І. О. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів: навч. посібник. Київ: Національна академія управління, 2004. 155 с.
5. Кобиляцький Л.С. Управління проектами: навч. посібник. Міжрегіональна академія управління персоналом (МАУП). – Київ: МАУП, 2002. 198 с.
6. Лудченко Я.О. Оцінка економічної ефективності інвестиційних проектів: навч. посіб. Київ: Ельга, 2004. 208 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (тестування, розв'язування задач, виконання тематичних контрольних робіт, виконання завдань самостійної роботи);
- підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання Українська.

Електронна комерція

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.3.

2. 2. Назва. Електронна комерція.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора. Копішинська О. П.

2.9. Програмні результати навчання.

Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет і зміст дисципліни. Місце електронної комерції в сфері цифрової економіки. Базові концепції побудови та функціонування глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Методи адресації та навігації в мережі Internet. Основи веб-дизайну для комерційних проектів. Методи створення Веб-сайтів в Internet. Основні поняття, види і форми електронної комерції. Форми та методи проведення фінансових операцій в Internet. Платіжні системи. Інтернет у маркетингу. Правові аспекти комерційної діяльності в Internet. Безпека інформації в мережі.

2.11. Рекомендована література.

1. Леонтьев Б. К. Как создать собственный магазин в Интернете / Б. К. Леонтьев - М.: Изд-во ИТ Пресс, 2006. - 351 с.
 2. Макарова М. В. Тенденції розвитку цифрової економіки : [монографія] / М. В. Макарова. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. – 236 с.
 3. Плескач В. Л. Електронна комерція: [підручник] / В. Л. Плескач, Т. Г. Затонацька. – К.: Знання, 2007. – 535 с.
 4. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: [навчальний посібник] / Т. М. Тардаскіна, Є. М. Стрельчук, Ю. В. Терешко – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.
 5. Шалева О.І. Електронна комерція : [Навчальний посібник] / О. І. Шалева. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
- 2.12. Методи контролю:**
- поточний контроль (контроль виконання завдань з лабораторних робіт; тестування; контроль виконання завдань із самостійної роботи).
 - підсумковий контроль – залік.
- 2.13. Мова викладання.** Українська.

Інформаційні системи і технології в маркетингу

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.5.

2. 2. Назва. Інформаційні системи і технології в маркетингу.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора. Копішинська О. П.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності; планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності; організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Теоретичні основи інформаційних відносин у суспільстві. Інформаційні технології та системи як інструмент обробки маркетингової інформації та управління маркетинговою діяльністю. Організація роботи та основні методи та засоби обробки інформації в умовах електронного офісу. Етапи розвитку та сутність інформаційних систем у маркетингу. Планування організаційних змін та впровадження інформаційних систем у маркетингу. Інформаційні системи в маркетингу, засновані на хмарних технологіях. Клієнтоорієнтовані інформаційні системи (CRM-системи). Правове регулювання інформаційної сфери та безпека інформаційних систем.

2.11. Рекомендована література.

1. Галич. О. А. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: [навчальний посібник] / О. А. Галич, О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. – Харків: Фінарт, 2016. – 244 с.
2. Зацеркляний М. М. Основи комп'ютерних технологій для економістів : [навчальний посібник] / М. М. Зацеркляний, О. Ф. Мельников, В. М. Струков. – К.: ВД Професіонал, 2006. – 672с.
3. Макарова М. В. Тенденції розвитку цифрової економіки : [монографія] / М. В. Макарова. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. – 236 с.
4. Пінчук Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу. [2-ге вид., перероб. і доп.] / Н. С. Пінчук, Г. П. Галузинський, Н. С. Орленко. – К.: КНЕУ, 2003. — 352 с.

5. Романов А.И. Телекоммуникационные сети и управление : [Учебное пособие] / А.И.Романов. – Киев: Киевский университет, 2003. –240 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання завдань лабораторних робіт; тестування; контроль виконання завдань самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Фінанси

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.15

2.2. Назва. Фінанси.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2 курс.

2.6. Семестр. 4.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Борисова І.С.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій; організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства; організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок; виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень; застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет фінансової науки як пізнання сутності фінансів. Фінансова система. Фінансовий механізм і його роль у реалізації фінансової політики. Податки і податкова система. Бюджет і бюджетна система. Доходи і видатки державного бюджету. Державні фонди цільового призначення. Державний кредит і державний борг. Фінанси суб'єктів господарювання. Страхування і страховий ринок. Фінансовий ринок. Міжнародні фінанси.

2.11. Рекомендована література.

1. Аранчій В.І. Фінанси: Навч. посібник (за кредитно-модульною системою навчання): Практикум. / Аранчій В.І., Краснікова О.М., Черненко Л.В. – Полтава : ПДАА, 2008. – 198 с.

2. Фінанси: [навч. посіб. за кредитно-модульною системою навчання] / [Аранчій В.І., Капаєва Л.М., Краснікова О.М., Борисова І.С.]; під заг. ред. В.І.Аранчій. – Полтава: АСМІ, 2009. – 592 с.

3. Теорія фінансів: [навч. посіб.] / під загальною ред.. О.Д.Василика. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 480 с.

4. Романенко О.Р. Фінанси: підручник / О.Р.Романенко. – К.: Центр Навчальної Літератури, 2003. – 312 с.

5. Фінанси: [навч. посіб. 2-ге вид., перероб, і доп.] / В.І.Оспіщев, Л.І.Лачкова, О.П.Близнюк та ін.]; під ред. В.І. Оспіщева. – К.: Знання, 2008. – 366 с.

6. Фінанси: [навч. метод. посіб. для самост. вивч. Дисципліни, 2-ге вид., перероб. і допов.] / [Романенко О.Р., Огородник С.Я., Зязюн М.С., Славкова А.А.] – К.: КНЕУ, 2006. – 387 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – (ведення конспекту; опитування; тестування, розв'язування задач та ситуацій; написання рефератів; виконання завдань з самостійної роботи);

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Економіка праці і соціально-трудові відносини

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.2.**2. 2. Назва.** Економіка праці і соціально-трудові відносини.**2.3. Тип.** Вибіркова.**2.4. Цикл.** Професійної підготовки.**2.5. Рік навчання.** 3.**2.6. Семестр.** 6.**2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 5.**2.8. П.І.Б лектора.** Дядик Т.В.**2.9. Програмні результати навчання.**

Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Об'єкт, предмет і завдання дисципліни. Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства. Соціально-трудові відносини як система. Соціальне партнерство. Ринок праці та його регулювання. Соціально-трудові відносини зайнятості. Організація і нормування праці. Продуктивність і ефективність праці. Політика доходів і оплата праці. Планування праці. Аналіз, звітність, аудит у сфері праці. Моніторинг соціально-трудової сфери як інструмент регулювання й удосконалення соціально-трудових відносин. Міжнародна організація праці та її вплив на розвиток соціально-трудових відносин.

2.11. Рекомендована література.

1. Буряк П.Ю., Карпінський Б.А., Григор'єва М.І. Економіка праці і соціально-трудові відносини: навчальний посібник. К.: ЦНЛ, 2004. 440 с.

2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: підручник. К.: «Знання», 2009. 390 с.

3. Гриньова В.М., Шульга Г.Ю. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. К.: «Знання», 2010. 310 с.

4. Дядик Т.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навчальний посібник. Полтава: ФОП Говоров, 2008. 344 с.

5. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / за ред. І.К. Назарової. К. 2010. 573 с.

6. Економіка праці й соціально-трудові відносини: підручник / за заг. ред. Шкільова О.В. К.: ЦП «Компринт», 2015. 750 с.

2.12. Методи контролю

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Управління якістю

2. Опис дисципліни**2.1. Шифр.** ВПП 2.2.14**2. 2. Назва.** Управління якістю.**2.3. Тип.** Вибіркова.**2.4. Цикл.** Професійної підготовки.**2.5. Рік навчання.** 3.**2.6. Семестр.** 6.**2.7. Кількість кредитів ЄКТС.** 3.**2.8. П.І.Б лектора/ лекторів.** Вараксіна О. В.**2.9. Програмні результати навчання.**

Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та

вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземними мовами як усно так і письмово. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Якість як економічна категорія та об'єкт управління. Процес управління якістю та інструменти її контролю. Державна політика у сфері якості. Міжнародні та державні стандарти серії ISO 9000. Еволюція методів управління якістю. Тотальне управління якістю. Системний підхід до проблеми управління якістю. Управління витратами на забезпечення якості.

2.11. Рекомендована література.

1. Боженко Л. І. Управління якістю, основи стандартизації та сертифікації продукції: Навч. посіб. / Л. І. Боженко, О. Й. Гутта. – Львів: Афіша, 2001. – 176 с. 3. Вакуленко А. В. Управління якістю: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / А. В. Вакуленко — К.: КНЕУ, 2004. — 167 с.

2. Дахно І.І. Право інтелектуальної власності: [навч. посіб.] / І.І. Дахно. – К.: Либідь, 2002. – 200 с.

Захожай В. Б. Статистика якості: Підруч. / В. Б. Захожай, А. Ю. Чорний. – К.: МАУП, 2005. – 576 с.

3. Лойко Д. П. Управління якістю: навч. посіб. / [Д. П. Лойко, О. В. Вотченнікова, О. П. Удовіченко, М. А. Котляр]. – Львів: «Магнолія 2006», 2010. – 336 с.

4. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості / О. І. Момот: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.

5. Царенко О. М. Управління якістю агропромислової продукції / О. М. Царенко, В. П. Руденко: навч. посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. – 431 с.

6. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М. І. Шаповал. – К.: «Знання», 2007. – 471с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – виконання практичних завдань; виконання тестових завдань тестування; виконання завдань з самостійної роботи.

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Гроші та кредит

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.18.

2.2. Назва. Гроші та кредит.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3 курс.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора. Зоря С. П.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутність та функції грошей. Грошовий оборот і грошові потоки. Грошовий ринок. Грошові системи. Інфляція і грошові реформи. Валютний ринок і валютні системи. Кількісна теорія грошей та сучасний монетаризм. Кредит у ринковій економіці. Фінансові посередники грошового ринку. Центральні банки. Комерційні банки. Міжнародні валютно-кредитні установи та форми їх співробітництва з Україною.

2.11. Рекомендована література.

1. Аранчій В. І., Бойко Л. М., Черненко Л. В. Гроші та кредит: навч. посіб. Полтава: АСМІ, 2010. 300 с.

2. Гроші та кредит: підручник / за заг. ред. Савлука М. І. К.: КНЕУ, 2011. 589 с.

3. Коваленко Д. І. Гроші та кредит: теорія і практика: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2010. 344 с.

4. Колодізев О. М., Колісніченко В. Ф. Гроші та кредит: підручник. К.: Знання, 2010. 615 с.

5. Левченко Л. В. Гроші та кредит: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2011. 224 с.

6. Щетинін А. І. Гроші та кредит: підручник. К.: ЦУЛ, 2008. 432 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль – (контроль виконання практичних завдань; усне опитування; тестування; контроль виконання завдань самостійної роботи);

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Соціальна економіка

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.16

2.2. Назва. Соціальна економіка.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 2.

2.6. Семестр. 3.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 5.

2.8. П.І.Б лектора. Миколенко І.Г.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Соціокультурні основи функціонування економіки. Соціально-трудові відносини як сфера самореалізації та саморозвитку людини. Підприємництво та малий бізнес в ринковій економіці. Соціологічний аналіз ринку праці. Зайнятість і безробіття як соціальні категорії. Аналіз доходів як матеріальної основи соціоекономічного розвитку. Соціальний захист населення як складова соціальної політики держави. Соціальна мобільність населення в умовах ринку.

2.11. Рекомендована література.

1. Беляєв О.О., Диба М.І., Кириленко В.І. Соціальна економіка: навч. посіб. та ін. К.: КНЕУ, 2005. 196 с.

2. Дворецька Г.В. Соціологія праці: навч. посібник. К.: КНЕУ, 200. 44 с.

3. Дворецька Г.В. Соціологія: навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2002. 472 с.

4. Єременко В.Г. Соціальна економіка: навч. посіб. Видання друге, адаптоване й

доповнене. К.: Інформаційно-видавничий центр Держкомстату, 2003. 195–222 с.

5. Лукашевич М. П. Соціологія: загальний курс: підручник: [2-ге вид.] К.: Каравела, 2006. – 408 с.

6. Лукашевич М. Соціологія економіки. підручник для ВНЗ. К.: Каравела, 2005. 288 с.

7. Лукашевич М.П. Соціологія економіки: підручник. К.: Каравела, 2005. 288 с.

8. Матвеев С.О. Економічна соціологія. підручник. Суми. Університетська книга, 2006. 184 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Імітаційне моделювання

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.22

2. 2. Назва. Імітаційне моделювання.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора. Копішинська О.П.

2.9. Програмні результати навчання.

Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з фундаментальних дисциплін у процесах управління маркетинговою діяльністю підприємства; Здатність застосовувати знання та вміння для розв'язання якісних та кількісних задач; Уміння використовувати в роботі комп'ютерні програмні продукти; Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу; Володіння різноманітними практичними навичками щодо комп'ютерного збору і обробки інформації; Уміння працювати із сучасною комп'ютерною технікою.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Уведення до імітаційного моделювання. Машинна імітація в економіко-організаційних системах. Машинна імітація випадкових параметрів. Поняття про метод Монте-Карло. Методи імітаційного моделювання групи подій. Види та функції розподілів випадкових величин. Вибрані аспекти оцінки ефективності застосування імітаційних моделей та перспективні напрямки трансформації методів імітаційного моделювання.

2.11. Рекомендована література.

1. Адамень Ф. Ф. Основы математического моделирования агробиопроцессов / Ф. Ф. Адамень, В. А. Вергунов, И. Н. Вергунова. – К.: Нора-принт, 2005. – 372 с.

2. Вітлінський В. В. Моделювання економіки: [навчальний посібник] / В. В. Вітлінський – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с.

3. Ситник В. Ф. Імітаційне моделювання : [навчальний посібник] / В. Ф. Ситник, Н. С. Орленко. – К.: КНЕУ, 1998. – 96 с.

4. Р. Шеннон. Имитационное моделирование систем – искусство и наука / Р. Шеннон. – М.: Мир, 1978. – 658 с.

5. Райзберг Б. А. Курс управления экономикой: [учебник для вузов] / А. Б. Райзберг. – [1-е изд.]. – СПб: Питер, 2003. – 528 с.

6. Неруш.В. Б. Імітаційне моделювання систем та процесів: Електронне навчальне видання. Конспект лекцій / В. Б. Неруш, В. В. Курдеча. – К.: НН ІТС НТУУ «КПІ», 2012. – 115 с. – режим доступу: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/15598/1/Konspekt_lekciy_Imit_modelyrg_syst_process%28CHANGED%29.pdf

7. Лекции – Имитационное моделирование экономических процессов [Електронний ресурс] : – Режим доступу: <http://gendocs.ru/v7137>

8. Книгафонд – библиотека онлайн чтения [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://www.knigafund.ru/books/76342>

9. Таха Х. Введение в исследование операций: в двух книгах / Х. Таха. – Кн.1,2. – [Пер. с англ.]. – М.: Мир, 1985. – 678 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання завдань із лабораторних робіт; тестування; контроль виконання завдань із самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Комп'ютерні мережі та телекомунікації

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.24.

2.2. Назва. Комп'ютерні мережі та телекомунікації.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійна підготовка.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора Уткін Ю.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Історія розвитку та класифікація комп'ютерних мереж. Архітектурні принципи побудови комп'ютерних мереж. Середовища передачі даних у комп'ютерних мережах. Методи маршрутизації. Технічне забезпечення комп'ютерних мереж. Планування, побудова і модернізація мереж. Програмне забезпечення комп'ютерних мереж. Сервіси Інтернет. Мобільний Інтернет. Хмарні технології. Захист даних у мережах.

2.11. Рекомендована література.

1. Галич. О. А. Управління інформаційними зв'язками та бізнес-процесами: [навчальний посібник] / О. А. Галич, О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. – Харків: Фінарт, 2016. – 244 с.

2. Маренич М. М. Інформаційні технології в агрономії: [навчальний посібник] / М. М. Маренич, М. І. Кондратюк, О. П. Копішинська, Ю. В. Уткін. Харків: Фінарт, 2017. – 352 с.

3. Зацеркляний М. М. Основи комп'ютерних технологій для економістів : [навчальний посібник] / М. М. Зацеркляний, О. Ф. Мельников, В. М. Струков. – К.: ВД Професіонал, 2006. – 672с.

4. Романов А.И. Телекоммуникационные сети и управление : [Учебное пособие] / А.И.Романов. – Киев: Киевский университет, 2003. –240 с.

5. Копішинська О. П. Основи роботи в текстовому процесорі Microsoft Word XP: [навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей вищих закладів освіти] / Копішинська О. П., Шмиголь Ю. В., Калініченко А. В. – Полтава, 2006.–96 с.

6. Литвин І. С. Інформаційні технології в економіці: [навчальний посібник] / І. С. Литвин. – Тернопіль: Економічна думка, 2001.–296 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання лабораторних робіт, контроль оформлення звітів з лабораторних робіт);

- підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Стандартизація та сертифікація продукції

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.29

2.2. Назва. Стандартизація та сертифікація продукції.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Калашник О. В.

2.9. Заплановані результати навчання.

Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок; виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень; застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутність стандартизації та її роль у розвитку народного господарства. Методичні основи стандартизації. Державна система стандартизації в Україні. Якість продукції та її контроль. Теоретичні та методологічні основи сертифікації, оцінки відповідності. Міжнародні системи стандартизації та сертифікації.

2.11. Рекомендована література.

1. Салухіна Н. Г., Язвінська О. М. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.

2. Дубініна А. А. Сертифікація товарів: навч. Посібник / А. А. Дубініна, Г. А. Селютіна, С. О. Ленерт, В. М. Селютін – Х.: ХДУХТ, 2016. – 285 с.

3. Звягинцева О. Б. Стандартизация и сертификация продукции и услуг / О. Б. Звягинцева. – Одесса : БВВ, 2008. – 206 с.

4. Кириченко Л. С. Стандартизація і сертифікація товарів та послуг / Л. С. Кириченко, А. А. Самойленко. – Х. : Ранок, 2008. . – 240 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

4 курс

Аграрний маркетинг

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП. 1.2.1.

2. 2. Назва. Аграрний маркетинг.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. .

2.6. Семестр. 8.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Писаренко В.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Теоретичні засади і практичні аспекти аграрного маркетингу. Маркетинг сільськогосподарського виробництва. Маркетингові дослідження ринків і сфер діяльності АПК. Маркетинг сільськогосподарської продукції. Ціноутворення на товарних ринках АПК. Управління каналами розподілу, торговельно-збутова політика підприємств АПК і фермерських господарств. Маркетинг переробки сировини та виробництва харчової продукції. Маркетинг матеріально-технічних ресурсів у системі агропостачання. Маркетингова модель менеджменту АПК.

2.11. Рекомендована література.

1. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу: підручник. К.: Урожай, 2005. 176 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник Київ: Лібра, 2004. 712 с.
3. Земляков І.С. Основи маркетингу: навч. посібн. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 352 с.
4. Каніщенко О.Л. Маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2014. 152 с.
5. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлар, А.Ф. Павленко та ін.; за ред. Ф. Котлер. Київ: Хімджест. 2008. 288 с.
6. Островський П.І. Аграрний маркетинг: навч. посібник. К.: «ЦУЛ», 2014. 224 с.
7. Рабштина В.М. Основи маркетингу в галузях АПК: навч. посібник. Дніпропетровськ: «Зоря», 2002. 411 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Безпека життєдіяльності та основи охорони праці

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.2

2. 2. Назва. Безпека життєдіяльності та основи охорони праці.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора. Дрожжана О.У.

2.9. Програмні результати навчання.

Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Категорійно-понятійний апарат з безпеки життєдіяльності, таксономія небезпек. Ризик як кількісна оцінка небезпек. Природні загрози та характер їхніх проявів і дії на людей, тварин, рослин, об'єкти економіки. Техногенні небезпеки та їхні наслідки. Соціально-політичні небезпеки, їхні види та характеристики. Соціальні та психологічні фактори ризику. Поведінкові реакції населення у НС. Застосування ризик орієнтованого підходу для побудови імовірнісних структурно-логічних моделей виникнення та розвитку НС. Менеджмент безпеки, правове забезпечення та організаційно-функціональна структура захисту населення та АТО у НС. Правові та організаційні основи охорони праці. Державне управління охороною праці, державний нагляд і громадський контроль за охороною праці. Організація охорони праці на підприємстві. Навчання з питань охорони праці. Профілактика травматизму та професійних захворювань. Основи фізіології та гігієни праці. Повітря робочої зони. Освітлення виробничих приміщень. Вібрація. Шум, ультразвук та інфразвук. Електромагнітні поля та випромінювання радіочастотного діапазону. Випромінювання оптичного діапазону. Іонізуюче випромінювання. Основи виробничої безпеки. Загальні вимоги безпеки. Електробезпека. Основи пожежної профілактики на виробничих об'єктах.

2.11. Рекомендована література.

1. Запорожець О.І., Заплатинський В.М., Халмурадов Б.Д., Применко В.І. Безпека життєдіяльності: підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 448 с.

2. Атаманчук П.С., Мендерецький В.В., Панчук О.П., Чорна О.Г. Безпека життєдіяльності: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2011. 276 с.

3. Мягченко О.П. Безпека життєдіяльності людини та суспільства: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2010. 384 с.

4. Атаманчук П.С., Мендерецький В.В., Панчук О.П., Чорна О.Г. Основи охорони праці: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2011. 224 с.

5. Жидецький В.Ц. Основи охорони праці: підручник. Львів: УАД, 2006. 336 с.

6. Москальова В.М. Основи охорони праці: підручник. К.: ВД «Професіонал», 2005. 672 с.

7. Ганзюк М.П., Желібо Є.П., Халімовський М.О. Основи охорони праці: підручник. К.: Каравела, 2003. 408 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Конкурентоспроможність підприємства

Логістика

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.10.

2. 2. Назва. Логістика.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора. Боровик Т.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Логістика - інструмент ринкової економіки. Концепція і методологічний апарат інтегрованої логістики. Об'єкти логістичного управління та логістичні операції. Логістична діяльність та логістичні функції. Логістичний менеджмент в системі загального менеджменту. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері виробництва. Логістичний підхід до управління матеріальними потоками у сфері обігу. Логістичний підхід до обслуговування споживачів. Склад і транспорт в логістиці. Економічне забезпечення логістики.

2.11. Рекомендована література.

1. Бакаєв О. О., Кутах О. П., Пономаренко Л. А. Теоретичні засади логістики: Підруч. для студ. екон. спец.: У 2 т. Київський ун-т економіки і технологій транспорту – К.: Фенікс, 2005. 528с.

2. Кальченко А. Г. Логістика: підручник. К.: КНЕУ, 2004. 284 с.

3. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І., Чернописька Н.В. Логістика: компендіум і практикум. Навч. Посібник. К.: Кондор, 2006. 340с.

4. Окландер М.А. Промислова логістика: посібник. К: ЦУЛ (ЦНЛ), 2004. 222с.

5. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навч. посібник. Вид. 2-е, перероб. та доп. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 328 с.

6. Смирнов І.І. Транспортна логістика: посібник. К: ЦУЛ (ЦНЛ), 2008. 374с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетингова збутова політика

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.13.

2. 2. Назва. Маркетингова збутова політика.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4,5.

2.8. П.І.Б лектора. Боровик Т.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутність і значення маркетингової політики розподілу. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу. Оптова і роздрібна торгівля в каналах розподілу. Розподіл на промисловому підприємстві. Державна закупівля та державне замовлення. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу. Вибір оптимального каналу розподілу. Конкуренція в каналах розподілу. Управління товарним рухом. Розподіл і маркетингова логістика.

2.11. Рекомендована література.

1. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. К. : Знання, 2011. 495 с.
2. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Підручник. К.: КНЕУ, 1998. 268 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підручник для вузів. К.: Лібра, 2004. 685 с.
4. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: Підручн. для студ. вищ.навч. закл. – К.: Книга, 2004. 560с.
5. Щербак В.Г. Маркетингова політика розподілення: підручник. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. 224 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетингові комунікації

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ОПП 1.2.17

2.2. Назва. Маркетингові комунікації.

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 8.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора. Терещенко І. О.

2.9. Програмні результати навчання.

Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Маркетингова політика комунікацій. Процес розробки та вибору системи маркетингових комунікацій. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту й особливості його використання. PR та його роль у маркетинговій комунікації. Прямий маркетинг. Персональний продаж як особова комунікація. Основи мерчандайзингу. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій.

2.11. Рекомендована література.

1. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. 320 с.
2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2002. 272 с.
3. Примак Т.О. Маркетингова політика комунікацій: навчальний посібник. К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. 328 с.
4. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Умань : Візаві, 2018. 191 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; усне опитування;

письмове опитування тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Управління бізнес процесами

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ОПП 1.2.24

2. 2. Назва. Управління бізнес процесами

2.3. Тип. Обов'язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 1.

2.6. Семестр. 2.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Дем'яненко Н. В.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Методологічні засади управління бізнес процесами. Сутність процесного підходу до управління підприємством. Моделювання бізнес процесів підприємства. Впровадження бізнес процесів. Вимірювання і аналіз бізнес процесів підприємства. Удосконалення бізнес процесів підприємства. Особливості аутсорсингової моделі бізнесу компанії.

2.11. Рекомендована література.

1. Андерсен Б. Бизнес процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.

2. Лепейко Т. І. Реінжиніринг бізнес процесів : [навчальний посібник у схемах і таблицях] / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. – 80 с.

3. Менеджмент процессов / Под ред. Й. Беккера, Л. Вилкова, В. Таратухина и др.; [пер. с нем.]. – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.

4. Пономаренко В. С. Теорія та практика моделювання бізнес процесів [монографія] / В. С. Пономаренко, С. В. Мінухін, С. В. Знахур. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 244 с.

5. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2004. – 408 с. – (Практический менеджмент).

6. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе: Пер. с англ. / М. Хаммер, Д. Чампи. – СПб.: С. – Петербургский университет, 1997. – 332 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (усне опитування, виконання вправ на практичних заняттях, контроль виконання завдання самостійної роботи, контрольні роботи, перевірка та захист рефератів).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Аграрне право

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП. 2.2.1.

2. 2. Назва. Аграрне право.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 7.**2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.****2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Шведенко П.Ю.****2.9. Програмні результати навчання.**

Проводити збір і інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел. Формулювати власні обґрунтовані судження на основі аналізу відомої проблеми. Давати короткий висновок щодо окремих проблем з достатньою обґрунтованістю. Оцінювати недоліки і переваги аргументів, аналізуючи відому проблему. Викладати матеріал з певної проблематики таким чином, щоб розкрити зміст основних питань. Належно використовувати цифрову і статистичну інформацію, отриману з першоджерел та вторинних джерел для своєї професійної діяльності. Пояснювати природу та зміст основних правових інститутів та процедур національного права. Застосовувати набуті знання у різних правових ситуаціях, виокремлювати юридично значущі факти і формувати обґрунтовані правові висновки. Надавати консультації щодо можливих способів захисту прав та інтересів клієнтів у різних правових ситуаціях.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Предмет, джерела (форми) та принципи аграрного права. Державно-правове регулювання сільського господарства в Україні. Суб'єкти аграрного права. Фізичні особи як учасники аграрних правовідносин. Правове становище державного (комунального) сільськогосподарського підприємства. Правове становище фермерського господарства. Правове регулювання ведення особистого селянського господарства. Правове становище сільськогосподарського кооперативу. Правове регулювання виробничо-господарської діяльності аграрних товаровиробників. Правове регулювання використання майна сільськогосподарськими підприємствами. Відносини з організації, дисципліни, оплати та охорони праці в сільськогосподарських підприємствах. Правове регулювання здійснення аграрними товаровиробниками окремих видів сільськогосподарської діяльності. Правове регулювання виробництва якісної та безпечної сільськогосподарської продукції.

2.11. Рекомендована література.

1. Аграрне право України: [Підручник для студентів вищих навчальних закладів] / За ред. В.П. Жушмана та А.М. Статівки. – Х.: Право, 2013. – 296 с.

2. Аграрне право України: [підручник]/ За заг. ред. В.М. Єрмоленка. – К.: Юрінком Інтер, 2010. – 608 с.

3. Аграрне право України: [Підручник] / За ред. В.З. Янчука. – К.: Юрінком Інтер, 2000. – 320 с.

4. Аграрне право України: [Підручник] / За ред. Погрібного О.О. – К.: "Істина", 2006 – 347 с.

5. Жушман В.П. Аграрне право України (в питаннях та відповідях): Навчально-практичний посібник. – Х.: "Одіссей", - 2013. – 200с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.**Етика ділового спілкування****2. Опис дисципліни****2.1. Шифр ВПП 2.2.4.****2.2. Назва. Етика ділового спілкування.****2.3. Тип. Вибіркова.****2.4. Цикл. Професійної підготовки.****2.5. Рік навчання. 4.****2.6. Семестр. 7.****2.7. Кількість кредитів. 3****2.8. П. І. Б. лектора. Шупта І. М.****2.9. Заплановані результати навчання.**

Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни. Спілкування як соціальний феномен. Функції спілкування. Невербальне спілкування. Ділове спілкування та форми обговорення ділових проблем. Мистецтво правильно мислити та говорити. Уміння слухати. Формальні та неформальні стосунки з колегами, підлеглими керівниками. Конфлікти під час спілкування. Ділове спілкування в процесі управління персоналом. Службовий етикет. Моральні принципи та засади. Щоденний етикет. Імідж ділової людини. Особливості міжнародного спілкування.

2.11. Рекомендована література.

1. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування [Текст] : Навч. посіб. – 5-те вид., стер. / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – К. Выкар, 2006. – 223 с.

2. Етика ділового спілкування : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д., Мельничук Т. Ф., Чуприк Н. В., Анохіна Л. П. [за редакцією Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук]. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 344 с. – Режим доступу: http://shron.chtyvo.org.ua/Hrytsenko_TB/Etyka_dilovoho_spilkuvannia.pdf. – Назва з титлуки екрану. – Режим доступу : 28.08.2018 р.

3. Етика ділового спілкування : навч. метод. посіб. для студ. ВНЗ. [Електрон. ресурс] : /Харченко С. Я., Краснова Н. П., Юрків Я. І.; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка». – Луганськ. : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 507 с. – Режим доступу: <http://dspace.lsu.org/bitstream/123456789/539/1/13Np7.pdf>. – Назва з титлуки екрану. – Режим доступу : 28.08.2018 р.

4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : навч. посіб. з етикету для студ. [Електрон. ресурс] : О. В. Кубрак. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. – 208 с. – Режим доступу: http://www.studmed.ru/kubrak-ov-etika-dlovogo-ta-povsyakdennogo-splkuvannya_5c978a913ae.html. – Назва з титлуки екрану. – Режим доступу : 28.08.2018 р.

5. Палеха І. Ю. Етика ділових відносин : навч. посіб. [Електронний ресурс] / І. Ю. Палеха. – К. Кондор, 2007. – 352 с. – Режим доступу: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/KNIGI/KONDOR1/CD/ETUKA_DV.pdf. – Назва з титлуки екрану. – Режим доступу : 28.08.2018 р.

2.12. Методи контролю.

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань самостійної роботи);

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетинг підприємств малого бізнесу

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП. 2.2.6.

2.2. Назва. Маркетинг підприємств малого бізнесу

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 8.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Писаренко В.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю.

Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутність маркетингу підприємств малого бізнесу та його сучасна концепція. Класифікація та особливості маркетингу підприємств малого бізнесу. Управління маркетинговою діяльністю підприємств малого бізнесу. Маркетингові дослідження підприємств малого бізнесу. Маркетингова товарна політика підприємств малого бізнесу. Маркетингова цінова політика підприємств малого бізнесу. Маркетингова політика комунікацій підприємств малого бізнесу. Маркетингова політика розподілу підприємств малого бізнесу.

2.11. Рекомендована література.

1. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу: підручник. К.: Урожай, 2005. 176 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: Навч. посібник. К.: «Професіонал», 2006. 336с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник Київ: Лібра, 2004. 712 с.
4. Земляков І.С. Основи маркетингу: навч. посібн. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 352 с.
5. Каніщенко О.Л. Маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2014. 152 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Анализ, планирование, внедрение и контроль. СПб: «Питер», 1999. 896 с.
7. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлар, А.Ф. Павленко та ін.; за ред. Ф. Котлер. Київ: Хімджест. 2008. 288 с.
8. Островський П.І. Аграрний маркетинг: навч. посібник. К.: «ЦУЛ», 2014. 224 с.
9. Рабштина В.М. Управління маркетингом: Навч. посібник. Полтава. «Камелот», 2000. 159 с.
10. Рабштина В.М. Основи маркетингу в галузях АПК: навч. посібник. Дніпропетровськ: «Зоря», 2002. 411 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВВП 2.2.10

2. 2. Назва. Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 5.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Калюжна Ю.П.

2.9. Програмні результати навчання.

Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Реклама в системі маркетингу. Розробка рекламного звернення. Рекламні дослідження. Планування рекламної діяльності. Організація рекламної діяльності. Контроль рекламної діяльності

2.11. Рекомендована література.

1. Владимирська Г.О. Реклама : посіб. К.: Вид-во «Кондор», 2006. 334 с.
2. Пазуха М.Д. Реклама у підприємницькій діяльності : посіб. К.: Вид-во ЦУЛ. 2006. 176 с.
3. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент : навч. посіб. - 2-ге вид., доп. К.: КНЕУ, 2003. 440 с.
- 4.Примак Т.О. Паблік рилейшнз у бізнесі : навч. посіб. К.: КНЕУ, 2006. 176 с.
5. Хамініч С. Ю., Варич Ю. М., Матвієць М. В. Реклама та рекламна діяльність у сучасному вимірі : монограф.; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. Дніпропетровськ : Вид-во Маковецький Ю. В., 2011. 144 с

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (усне опитування; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – залік

2.13. Мова викладання. Українська.

Стратегія підприємства

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.12

2. 2. Назва. Стратегія підприємства.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 8.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3,5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Самойлик Ю. В.

2.9. Програмні результати навчання.

Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції. Визначення місії та цілей підприємства. Стратегічний контекст підприємства. Оцінювання зовнішнього середовища. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства. Стратегії бізнесу. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства. Корпоративна стратегія підприємства. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства. Альтернативність у стратегічному виборі. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства. Загальна характеристика функціональної стратегії. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

2.11. Рекомендована література.

- 1.Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. посібник / М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова / Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2007. – 272 с.
- 2.Березін О.В. Стратегія підприємства: навчальний посібник / О.В. Березін, М.Г. Безпарточний. – К.: Ліра-К, 2010. – 224 с.
- 3.Волков В.В. Стратегічний підприємницький менеджмент / В. В. Волков та ін. – К. : 2006. – 39 с.
- 4.Іванов Ю.Б. Стратегія підприємства: підручн. для студ. ВНЗ / Ю. Б. Іванов та ін. ; Харківський національний економічний ун-т. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2009. – 560 с.

5.Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. / П.Г. Клівець. – К. : Академвидав, 2007. – 320 с.

6.Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства : короткий курс лекцій / В. Ф. Оберемчук ; Міжрегіональна академія управління персоналом. – К. : МАУП, 2000. – 127 с.

7.Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: “Економічна думка”. – 2006. – 390 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Товарознавство

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП. 2.2.13

2. 2. Назва. Товарознавство.

2.3. Тип. Обов’язкова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Калашник О. В.

2.9. Програмні результати навчання.

Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок; оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни. Теоретичні основи товарознавства. Товарознавство харчових продуктів. Товарознавство непродовольчих товарів. Товарознавство пакувальних матеріалів і тари. Оцінка якості товарів.

2.11. Рекомендована література.

1. Зрезарцев, М. П. Товарознавство непродовольчих товарів [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ.навч. закл. / М. П. Зрезарцев, В. М. Зрезарцев, В. П. Параніч. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.

2. Орлова, Н. Я. Товарознавство продовольчих товарів [Текст] : Підручник. Т.3 : Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки / Н. Я. Орлова, П. Х. Пономарьов. – К. : КНТЕУ, 2002. – 360 с.

3. Пугачевський, Г. Ф. Теоретичне товарознавство [Текст] / Г. Ф. Пугачевський ; авт. ідеї, шеф-ред. А.А. Мазаракі. – Київ, 2016. – 128 с.

4. Симкович Н.М., Полікарпов І.С. Хутрянні товари. – К.: НМУ Укоопосвіта, 1998. – 128 с.

5. Товарознавство продовольчих товарів [Текст] : підручник / І. В. Сирохман. – Харків : Світ книг, 2016. – 713 с.

6. Товарознавство господарських товарів [Текст]: підруч. для студ. товарознав. спец. вищ. навч.закл. Т.1 / Н. К. Кисляк, Т. М. Коломієць, В. М. Кравченко, С. О. Сіренко. – Київ : Книга, 2004. – 448 с.

7. Шкарупа, В. Ф. Товарознавство продовольчих товарів. Продукти тваринного походження [Текст] : Опорний конспект лекцій / В. Ф. Шкарупа. – К. : КНТЕУ, 2004. – 287с.

8. Кравченко, В. М. Товарознавство будівельних товарів [текст]: Навч. посібник для студентів товарознавчих спеціальностей вищих навч. закладів / В. М. Кравченко, С. О. Сіренко, П. Д. Мамонов. – К. : КНТЕУ, 2004. – 190 с.

9. Товарознавство непродовольчих товарів [текст] : навч. посібник / Л.О. Радченко, Л. Д. Льовшина, М. П. Головка, [та ін.]. – Х. : Світ книг, 2013. – 943 с.

10. Кисляк, Н. К. Товарознавство силікатних та металогосподарських товарів [Текст]: Опорний конспект лекцій / Н. К. Кисляк, Т. Г. Глушкова, С. О. Сіренко. – К.: КНТЕУ, 2003. – 97 с.

11. Текстильне товарознавство. Товарознавство текстильних, швейних, трикотажних товарів та килимів [Текст]: опор. конспект лекцій / авт.: Г.Ф. Пугачевський, Г.М. Михайлова. – Київ : КНТЕУ, 2012. – 66 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – екзамен.

2.13. Мова викладання. Українська.

Господарське законодавство

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.17.

2.2. Назва. Господарське законодавство.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4

2.6. Семестр. 7

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора / лекторів. Кальян О.С.

2.9. Програмні результати навчання.

Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю; забезпечувати; встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок; оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Поняття та види господарської діяльності. Державне регулювання господарської діяльності в Україні. Суб'єкти господарської діяльності. Організація господарської діяльності. Припинення підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб. Правовий режим майна суб'єктів господарювання. Загальні положення про договори у сфері господарської діяльності. Договори про передачу майна у власність. Договори про передачу майна в користування. Договори про виконання робіт та надання послуг. Зобов'язання про спільну діяльність. Договори про створення юридичної особи. Відповідальність за правопорушення у сфері господарювання. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Захист прав та законних інтересів суб'єктів господарської діяльності.

2.11. Рекомендована література.

1. Андреева О. Б. Господарське право України : [Підручник] : У 2-х ч., частина 1 / О.Б. Андреева, О.П. Гетманець, І.І. Гришина та ін. Х.: Вид-во Харк. нац. ун-т внутр. справ, 2014. 340 с.

2. Андреева О. Б. Господарське право України : [Підручник] : У 2-х ч., частина 2 / О.Б. Андреева, Жорнокуй Ю. М., О.П. Гетманець. Х. : Вид-во Харк. нац. ун-т внутр. справ, 2014. 368 с.

3. Вінник О.М. Господарське право : [Курс лекцій] / О.М. Вінник. – К.: Атіка, 2015. 624 с.

4. Господарське право України : підручник для студентів юридичних спеціальностей вищих закладів освіти / В. М. Гайворонський, В. П. Жушман, Н.В.Погорецька та ін.; за ред. В.М. Гайворонського та В. П. Жушмана. Х.: «Право», 2005. 320 с.

5. Господарське право : [Підручник] / Д.В. Задихайло, В.М. Пашков, Р.П. Бойчук та ін.; за заг. ред. Д.В. Задихайла, В.М. Пашкова. Х. : Право, 2012. 696 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; усне опитування; контроль виконання завдань з самостійної роботи);
– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Економічна безпека підприємства

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.19.

2. 2. Назва. Економічна безпека підприємства.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 8.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3,5.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Олійник Є.О.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутнісна характеристика економічної безпеки підприємства. Система економічної безпеки підприємства. Індикатори та складові економічної безпеки підприємства. Фінансово-економічна безпека підприємства. Загрози економічній безпеці суб'єктів підприємництва. Діагностика банкрутства підприємства та джерела виходу з кризи. Антикризове управління в системі економічної безпеки підприємства. Недобросовісна конкуренція та захист комерційної таємниці. Ділова розвідка (економічне шпигунство).

2.11. Рекомендована література.

1. Баяндин Н. И. Технологии безопасности бизнеса: введение в конкурентную разведку : учебно-практическое пособие / Н. И. Баяндин. – М. : Юристъ, 2002. – 320 с.

2. Економічна безпека в Україні: держави, фірми, особи: навч. посібн. / А.Й. Реверчук, Я. Й. Малик, І. І. Кульчицький та ін. – Львів : ЛФМАУП, 2000. – 192 с.

3. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : навч. посібн. / В.Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко та ін. – К. : Все- українська асоціація видавців «Правова єдність», 2009. – 546 с.

4. Зубок М. І. Безпека підприємницької діяльності: нормативно-правові документи комерційного підприємства, банку / М. І. Зубок, Р. М. Зубок. – К. : Істина, 2004. – 144 с.

5. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навч. посібн. / М. І. Камлик. – К. : Атіка, 2005. – 432 с.

6. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. – К. : Лібра, 2003. – 280 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Етика бізнесу

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр ВПП 2.2.20.

2.2. Назва. Етика бізнесу.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів. 3.

2.8. П. І. Б. лектора. Шупта І. М.

2.9. Заплановані результати навчання. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок.

2.10. Зміст навчальної дисципліни. Етика бізнесу як навчальна дисципліна. Історія та принципи ділового етикету. Форми ділового спілкування. Сутність і структура процесу ділового спілкування. Критика та її етичні аспекти. Норми етикету при організації виставок, ярмарків. Організація презентацій : норми етикету. Привітання, представлення, титулування. Ділові прийоми. Візитівка в діловому житті. Сувеніри та подарунки в діловій сфері. Імідж. Одяг і манери ділового чоловіка. Одяг і зовнішній вигляд ділової жінки. Національні особливості етики бізнесу.

2.11. Рекомендована література.

1. Баранівський В. Ф. Етика бізнесу: [Електронний ресурс] / В. Ф. Баранівський, Т. Г. Скворцова. – К. : Видавець ПАЛИВОДА А. В., 2008. – 200 с. – Режим доступу : <https://studfiles.net/preview/5205827/>. – Назва з титулки екрану. – Дата доступу : 27.09.2018 р.

2. Берсуцький А.Я., Жуков С.М. Етика і культура бізнесу та психологія ділових відносин : навч. посіб. для студентів економічних і управлінських спеціальностей [Електронний ресурс] / А. Я. Берсуцький, С. М. Жуков. – Донецьк : ДонУЕП, 2014. – 372 с. ISBN 978-738-652-410-1. – Режим доступу : http://lib.npu.edu.ua/full_txt/978-738-652-410-1. – Назва з титулки екрану. – Дата доступу : 27.09.2018 р.

3. Етика бізнесу : конспект лекцій для підготовки фахівців галузі знань 0306 «Менеджмент і адміністрування»напряму 6.030601 «Менеджмент» [Електронний ресурс] / Укладач доц. Бондаренко С. М. – К. : КНУТД, 2010. – Режим доступу : <http://nebotan.info/downloadknutd.php?id=151>. – Назва з титулки екрану. – Дата доступу : 27.09.2018 р.

4. Статінова Н. П. Етика бізнесу : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с. – Режим доступу: http://epidruchniki.com/book/8_Etika_biznesy.html. – Назва з титулки екрану. – Дата доступу : 27.09.2018 р.

2.12. Методи контролю.

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань самостійної роботи);

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Контролінг

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП 2.2.25

2.2. Назва. Контролінг.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 3.

2.6. Семестр. 6.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора. Писаренко В.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживача. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Контролінг: сутність, функції, види та основні завдання. Система планування та бюджетування на підприємстві. Методичний інструментарій оперативного та стратегічного контролінгу. Експертна діагностика фінансово-господарського стану підприємства. Контролінг інвестиційних проектів. Організаційно-методичні основи формування та функціонування системи контролінгу на підприємстві. Організація управлінського обліку в системі контролінгу

2.11. Рекомендована література.

1. Брітченко І.Г., Князевич А.О. Контролінг : навч. посіб. Рівне : Волинські обереги, 2015. 280 с.

2. Давидович І.Є. Контролінг: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2008. 552 с.

3. Кайлюк Є.М. Контролінг: навч. посіб. – Харків: ХНАМГ, 2004. 223 с.

4. Калайтан Т.В. Контролінг : навч. посіб. Львів: Новий Світ, 2000. 2008.

5. Контролінг – від теорії до реалізації на практиці: монографія / В.В. Прохорова, Л.С. Мартюшева, Н.Ю. Петрусевич, та ін.; Харківський національний економічний ун-т. Харків. : ВД «ІНЖЕК», 2006. 200 с.

2.12. Методи контролю:

– поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; усне опитування, тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).

– підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Маркетинг агропромислових формувань

2. Опис дисципліни

2.1. Шифр. ВПП. 2.2.26.

2. 2. Назва. Маркетинг агропромислових формувань.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 8.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 4.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Писаренко В.В.

2.9. Програмні результати навчання.

Демонструвати знання теорій, методів і функцій маркетингу, його сучасних концепцій. Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності. Організовувати та проводити роботи з удосконалення структури управління маркетинговою діяльністю. Організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства. Організовувати роботу виставок, ярмарок та інших заходів просування продукції на ринок. Виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень. Застосовувати засоби маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації. Оцінювати правові, соціальні та

економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Суть маркетингу, його основні види і особливості застосування у формуваннях АПК. Організація маркетингової діяльності в агропромислових формуваннях. Маркетингове середовище функціонування агропромислових формувань. Процес маркетингового дослідження і оцінка ринкових можливостей аграрного підприємства. Товар агропромислового виробництва, стадії його життєвого циклу і конкурентоздатність. Сегментація ринку товарів агропромислового виробництва. Товарорух і просування товарів агропромислового виробництва. Поведінка покупців на агропромисловому ринку. Види цін і державна політика їх регулювання в умовах агропромислового ринку. Процес ціноутворення в агропромислових формуваннях. Організація аграрного ринку. Розвиток ринків найважливіших видів агропромислової продукції.

2.11. Рекомендована література.

11. Андрусенко Г.О. Основи маркетингу: підручник. К.: Урожай, 2005. 176 с.
12. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник Київ: Лібра, 2004. 712 с.
13. Земляков І.С. Основи маркетингу: навч. посібн. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 352 с.
14. Каніщенко О.Л. Маркетинг: теорія і господарські ситуації: навч посіб. К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2014. 152 с.
15. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлар, А.Ф. Павленко та ін.; за ред. Ф. Котлер. Київ: Хімджест. 2008. 288 с.
16. Островський П.І. Аграрний маркетинг: навч. посібник. К.: «ЦУЛ», 2014. 224 с.
17. Рабштина В.М. Основи маркетингу в галузях АПК: навч. посібник. Дніпропетровськ: «Зоря», 2002. 411 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.

Потенціал і розвиток підприємства

2. Опис дисциплін

2.1. Шифр. ВПП 2.2.28

2. 2. Назва. Потенціал і розвиток підприємства.

2.3. Тип. Вибіркова.

2.4. Цикл. Професійної підготовки.

2.5. Рік навчання. 4.

2.6. Семестр. 7.

2.7. Кількість кредитів ЄКТС. 3.

2.8. П.І.Б лектора/ лекторів. Світлична А.В.

2.9. Програмні результати навчання. розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності; планувати розвиток організації в напрямі підвищення її конкурентоспроможності; організовувати проведення діагностики стану ринку та середовища функціонування підприємства; розробляти пропозиції щодо формування і вдосконалення товарної, цінової, збутової політики підприємства з урахуванням максимального задоволення потреб споживачів; виявляти навички пошуку, збору та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування маркетингових рішень; оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки маркетингової діяльності організації.

2.10. Зміст навчальної дисципліни.

Сутнісна характеристика потенціалу підприємства. Структура і графоаналітична модель потенціалу підприємства. Формування потенціалу підприємства: поняття і загальна модель. Особливості формування виробничого потенціалу підприємства. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Теоретичні основи оцінювання потенціалу підприємства. Методичні підходи до оцінювання потенціалу підприємства.

Оцінювання вартості земельної ділянки, будівель і споруд. Оцінювання ринкової вартості машин і обладнання. Нематеріальні активи підприємства і методи їх оцінювання. Трудовий потенціал підприємства та його оцінювання. Оцінювання вартості бізнесу. Прикладні аспекти оцінювання потенціалу підприємства. Розвиток підприємства: зміст, сучасні концепції та передумови. Методичні підходи до визначення резервів розвитку підприємства та його потенціалу.

2.11. Рекомендована література.

1. Довбенко В.І., Мельник В.М. Потенціал і розвиток підприємства : [навч. посібник]. Львів: Львівська політехніка, 2011. 232 с.
2. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання. [навчальний посібник]. К.: ЦНЛ, 2004. 224 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навчальний посібник]. К.: ЦНЛ, 2005. 352 с.
4. Світлична А.В. Управління розвитком підприємств / А.В. Світлична; за ред. В.І. Перебийніса. Полтава: ПДАА, 2008. 62 с.
5. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навчальний посібник]. К.: КНЕУ, 2003. 316 с.
6. Федонін О. С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2005. 261 с.

2.12. Методи контролю:

- поточний контроль (контроль виконання практичних завдань; тестування; контроль виконання завдань з самостійної роботи).
- підсумковий контроль – залік.

2.13. Мова викладання. Українська.