

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С.З. Гжицького

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

**КАТАЛОГ
НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ВІЛЬНОГО ВИБОРУ**

здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
спеціальності 075 – «Маркетинг»
галузі знань – 07 «Управління та адміністрування»

ЛЬВІВ - 2024

2 КУРС

<i>Назва дисципліни</i>	Історія економіки та економічної думки
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Галина Петрівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
– лекції	16
– лабораторних(практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань про сутність, характерні риси, законність, різноманітність форм прояву господарства країн світу та розвиток економічної думки в історичному минулому і сприяти становленню сучасного світогляду в студентів, розвитку їх як професіоналів з глибоким розумінням соціально культурної та економічної ситуації, сучасних напрямів розвитку економічної думки.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	На методологічних засадах цивілізаційної парадигми розвитку суспільства сформувати сучасне економічне мислення та світогляд студентів; забезпечити засвоєння ними знань і методів історичного аналізу економічних процесів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Предмет і метод історії економіки та економічної думки. 2. Господарські форми економіки Стародавнього світу та Середньовіччя. 3. Меркантилізм. 4. Мануфактурний період світової економіки (XVI-XVIII ст.). 5. Зародження економічного лібералізму. 6. Епоха переходу до індустріального суспільства (кінець XVIII- перша пол. XIX ст.) 7. Класична політична економія. 8. Історична школа. Економічні концепції раннього соціалізму. 9. Макрсистська економічна доктрина. 10. Маржиналізм. 11. Інституціоналізм. 12. Кейнсіанство. Неокейнсіанство. 13. Господарство провідних країн світу у міжвоєнний період та після Другої світової війни. 14. Неолібералізм та його школи. 15. Світове господарство та основні напрямки економічної думки на етапі інформаційно-технологічної революції (кінець XX – початок XXI ст.).
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Теорія і практика англійського економічного перекладу
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Ваврін Н.П. , старший викладач
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	
- лабораторних (практичних) занять	32
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування вмінь та навичок у галузі практики економічного перекладу.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ англійського економічного перекладу, набуття навичок практичного володіння фаховою англійською мовою у сфері економічної діяльності.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Зміст поняття «переклад». Об'єкт і предмет перекладу. 2. Загальна теорія перекладу. Перекладність з однієї мови на іншу. Еквівалентність перекладу. 3. Лексичні проблеми перекладу. Слово і речення. 4. Граматичні особливості перекладу 5. Основні типи відповідників при перекладі: еквіваленти, аналоги, описовий переклад. Переклад пасивних конструкцій. 6. Основні розбіжності у граматичній будові англійської та української мов. 7. Принципи класифікації перекладу. Письмовий та усний переклад. 8. Технічний переклад. Особливі вимоги до перекладу технічних текстів. 9. Переклад термінів. Переклад власних імен, назв і географічних назв. 10. Транслітерація, транскрипція, калькування. Особливості перекладу фразеологічних одиниць.
<i>Мова викладання</i>	Англійська

<i>Назва дисципліни</i>	Методика викладання економіки
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Смолінська Олеся Євгенівна, д.пед.наук, проф..
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Поєднання економічної підготовки викладача з дидактичними принципами та методичними особливостями подання економічної інформації для різних вікових категорій людей, які навчаються.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ та набуття практичних навичок логічного і послідовного передавання базових знань з маркетингу, обґрунтовувати, презентувати і реалізовувати результати маркетингових досліджень.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Методика викладання як складовий елемент компетентності викладача 2. Система економічної освіти в Україні. Сучасні методичні підходи у викладанні 3. Науково-методичне забезпечення викладання економіки 4. Методика підготовки і проведення теоретичних занять в економічному навчанні 5. Методика підготовки і проведення лабораторних та практичних занять з економіки 6. Організація самостійної роботи в процесі вивчення економіки 7. Методика проведення позааудиторної роботи з економіки 8. Активність навчання як чинник створення інноваційного освітнього середовища в економічній освіті України 9. Професіоналізм викладача та його зв'язок із рівнем конкурентоздатності навчального закладу
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Національна економіка
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Кубрак Надія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Вивчення закономірностей та особливостей функціонування національної економіки порівняно з економіками інших країн.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування знань щодо сутності, становлення національної організації чинників економіки країни, аналізу стану і визначення головних напрямів розвитку національної економіки в умовах ринкових відносин.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в темах: 1. Національна економіка: загальне і особливе. 2. Економічні теорії та базисні інститути. 3. Теорія суспільного добробуту та соціально-ринкової економіки. 4. Характеристика економічного потенціалу. 5. Інституційні чинники розвитку національної економіки. 6. Функціонування інфраструктури національного ринку. 7. Державність та державне управління економікою. 8. Демократія, економічна свобода та економічний порядок. 9. Структурна перебудова національної економіки. 10. Програмування та прогнозування національної економіки
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Державне регулювання економіки
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування цілісного уявлення щодо основних механізмів державного регулювання економічних процесів; визначення актуальних проблем реалізації економічної політики в Україні та засобів їх розв'язання; напрацювання вмінь аналізу, розробки та реалізації аналітичних рекомендацій для прийняття політичних і управлінських рішень, діагностики та аналізу соціально-економічної складової розвитку суспільства.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування компетентності щодо використання основних механізмів державного регулювання економічних процесів, уміння застосування сучасних науково-теоретичних напрацювань та їх реалізації, здатність до визначення актуальних проблем реалізації соціально-економічної політики в Україні та їх розв'язання, здатність аналізувати економічну політику за провідними напрямками її реалізації.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в темах: 1. Державне регулювання як метод управління економікою. 2. Стратегія соціально-економічного розвитку країни, 3. Фіскальна та грошово-кредитна політика. 4. Структурна та інвестиційна політика. 5. Науково-технічна та інноваційна політика. 6. Державне регулювання цін та інфляції. 7. Державне регулювання зовнішньо економічної діяльності. 8. Державне регулювання розвитку регіонів.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Економіка природокористування
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
– лекції	16
– лабораторних(практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань та вмінь щодо раціонального використання природних ресурсів і охорони довкілля, соціально-економічних аспектів природокористування і природоохоронної діяльності, а також еколого-економічного світогляду.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Одержання знань та навичок які потрібні у практичній діяльності при проведенні економічного обґрунтування природоохоронних заходів та їх варіантів, пов'язаних з раціональним використанням природних ресурсів і охорони навколишнього середовища.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Предмет, метод і завдання курсу «Економіка природокористування». 2. Природні ресурси та їх оцінка в системі національного природокористування. 3. Актуальні екологічні проблеми економічного розвитку України. 4. Територіально – регіональні особливості природокористування та охорона навколишнього середовища. 5. Економічна ефективність природоохоронних заходів. 6. Фінансово-економічний механізм природокористування. 7. Принципи екологічного законодавства України та економіко-екологічна відповідальність.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Інвайронментальна економіка
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань у сфері економіки і управління раціональним використанням природних ресурсів та охорони навколишнього середовища, наукового еколого-економічного світогляду і здатності до еколого-економічного мислення, вивчення соціально-економічних аспектів природокористування та природоохоронного законодавства, надбання практичних навичок в економічній оцінці природних ресурсів, ефективності впровадження природоохоронних заходів та оцінці економічних збитків, що виникають внаслідок забруднення довкілля.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення економічних аспектів взаємодії суспільства і природи, протиріч між потребами соціально-економічного розвитку і можливостями екосистем впливу господарської діяльності на довкілля, методичного інструментарію визначення величини збитків, яких завдано навколишньому середовищу нераціональним природокористуванням.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Інвайронментальна економіка як навчальна дисципліна. 2. Екологічні проблеми економічного розвитку та екологічна безпека на сучасному етапі цивілізаційного поступу 3. Природні ресурси як фактор соціально-економічного розвитку. 4. Еколого-економічні показники та статистика навколишнього середовища і природних ресурсів 5. Економічна оцінка природних ресурсів 6. Економічні збитки від порушення природного середовища та їх оцінка 6. Економічна ефективність природокористування та інвестиційно-інноваційних природоохоронних проектів 7. Концепція платного природокористування 8. Механізм управління раціональним використанням природних ресурсів та охороною довкілля
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Екологічне підприємництво
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування фундаментальних систематизованих знань, які повинні стати базою для створення екологічного безпечного виробництва з урахуванням ринкових механізмів.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення загальних умов розвитку екологічного підприємництва; формування знань і умінь дослідницького характеру, спрямованих на вибір напрямів діяльності, отримання базових знань для побудови бізнес-моделей в різних галузях виробництва.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Міжнародні правила і законодавчі акти в екологічній сфері; 2. Екологічне підприємництво та створення технічної бази природоохоронних комплексів; 3. Концепція природокористування як сфери ринкових відносин; 4. Типи, види і форми природокористування; 5. Основні елементи економічного механізму регулювання природокористування; 6. Стратегії ціноутворення; 7. Інвестиційна діяльність та охорона довкілля: визначення та поняття; 8. Особливості становлення ринку екологічних товарів та послуг в Україні; 9. Договірні взаємовідносини в бізнесі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Аграрна політика
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Флейчук М.І., д.е.н., професор
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Оволодіння теоретичними та методологічними основами формування та реалізації аграрної політики держави, вміннями оцінювати її ефективність та обґрунтовувати вибір тих чи інших заходів державного регулювання.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення базових понять аграрної політики, методики оцінювання окремих заходів фінансово-кредитної, податкової, цінової політики в аграрному секторі, освоєння особливостей формування аграрної політики у країнах із різним рівнем соціально-економічного розвитку.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Поняття, значення та складові аграрної політики 2. Цілі та пріоритети аграрної політики та її нормативно-правова база 3. Інструменти та механізми аграрної політики та її складові 4. Соціально-економічна оцінка ефективності аграрної політики 5. Інвестиційна та інноваційна політика держави та наслідки економічного зростання в сільському господарстві 6. Екологічна та продовольча безпека аграрна політики: взаємозалежність та взаємоузгодженість 7. Перспективи України у Світовій Організації Торгівлі 8. Пріоритети аграрної політики розвинутих країн світу
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Економіка малого підприємства
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Березівський Ярослав Петрович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань з особливостей розвитку та функціонування малих організаційно-правових форм господарювання.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення пріоритетних напрямів та обґрунтування ефективних механізмів функціонування суб'єктів малого підприємництва.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Особливості малих підприємств як форм господарювання. 2. Державна підтримка та регулювання створення і функціонування малих підприємств. 3. Економічне середовище діяльності малого підприємства. 4. Фінансові результати та економічна ефективність малих підприємств. 5. Дослідження зовнішнього середовища та ризиків функціонування малого підприємства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Планування діяльності підприємства
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
– лекції	16
– лабораторних(практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань та практичних навичок з питань планування основних напрямків діяльності підприємства, озброєння майбутніх фахівців сучасною науковою методологією, передбачення економічних наслідків управлінських рішень, та їх обґрунтування на підставі використання принципів і методів планування.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення принципів і методів планування виробничо-господарської діяльності підприємства; набуття навичок розроблення внутрігосподарських планів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Сутність і організаційно-методологічні основи планування діяльності підприємства. 2. Система планів та цілей підприємства. 3. Маркетингові дослідження, планування збуту продукції. 4. Виробнича програма підприємства. 5. Оперативне планування і контроль. 6. Планування матеріально-технічного забезпечення діяльності підприємства. 7. Фінансове планування і контроль на підприємстві. 8. Планування і контроль оновлення продукції. 9. Бізнес-планування. Стратегічне планування і прогнозування.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Комунікативні процеси у навчанні
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Смолінська Олеся Євгенівна, д. п. н., професор
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про зміст та способи професійно-педагогічної комунікації, типи комунікативних взаємодій у процесі навчання, основи управління комунікативним процесом.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики комунікативних процесів у навчанні, набуття навичок здійснення комунікативних процесів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Особливості професійно-педагогічної комунікації 2. Педагогічне спілкування як провідна складова професійно-педагогічної комунікації 3. Культура професійної комунікації у педагогічному колективі 4. Спілкування як основний комунікативний процес у навчанні 5. Комунікативний характер соціалізації особистості у навчанні 6. Психологічні особливості комунікації в міжособистісних стосунках у навчанні та навчальному менеджменті 7. Результативність комунікативних процесів у навчанні 8. Організація ефективної комунікації в управлінні освітніми організаціями
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Страхування
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дадак Оксана Орестівна к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекції	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань щодо страхового захисту майнових інтересів юридичних і фізичних осіб, організації страхового ринку та страхових компаній.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення сутності й ролі страхування, організації та розвитку страхового ринку, державного регулювання страхової діяльності; набуття вмінь аналізувати фінансову стійкість страхових компаній.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Вступ до дисципліни суть, принципи та роль страхування. 2. Класифікація страхування. 3. Страхові ризики та їх оцінка. 4. Страховий ринок. 5. Страхова організація як частина економічної системи. 6. Державне регулювання страхової діяльності. 7. Особисте страхування. 8. Страхування майна. 9. Страхування відповідальності 10. Перестраховання та співстрахування 11. Доходи та витрати страховика Фінансова стійкість страховика.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Оподаткування діяльності сільськогосподарських підприємств
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дадак Оксана Орестівна к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з оподаткування діяльності суб'єктів господарювання.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Ознайомлення студентів з основними принципами та механізмами оподаткування підприємницької діяльності в Україні.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	<p>Зміст дисципліни розкривається в таких темах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суб'єкти господарювання як платники податків та зборів 2. Особливості оподаткування виробників сільськогосподарської продукції 3. Класифікація видів економічної діяльності сільськогосподарських підприємств 4. Особливості оподаткування туристичної діяльності 5. Оподаткування діяльності фінансових установ 6. Оподаткування банківської діяльності в Україні 7. Оподаткування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності 8. Оподаткування неприбуткових організацій та установ 9. Оподаткування підприємницької діяльності фізичних осіб та фізичних осіб, які здійснюють незалежну професійну діяльність та спрощена система оподаткування для юридичних осіб
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Аналіз господарської діяльності підприємств
<i>Спеціальність</i>	075 «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Кубрак Надія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Систематизація, розширення та поглиблення теоретичних знань щодо галузевого аналізу господарської діяльності.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення прийомів галузевого аналізу господарської діяльності.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в темах: 1. Предмет та види економічного аналізу. 2. Метод і методика аналізу господарської діяльності підприємства. 3. Інформаційна база аналізу господарської діяльності підприємства 4. Організація та основні етапи аналізу господарської діяльності підприємства. 5. Аналіз виробництва продукції, робіт і послуг. 6. Аналіз попиту, стану ринку та обсягу реалізації продукції (послуг) підприємства. 7. Аналіз виробничих ресурсів і організаційно-технічного рівня підприємства. 8. Аналіз фінансових результатів.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Торговельне підприємництво
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Натяла Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань та практичних навичок організації і управління підприємницькою діяльністю у сфері торговельної діяльності.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань та вмінь у сфері торговельного підприємництва для вирішення проблем бізнесу та підвищення конкурентоспроможності підприємств торговельної сфери
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Сутність, роль підприємництва та його особливості у сфері торгівлі. 2. Умови, чинники та принципи розвитку торговельного підприємництва. 3. Організаційно-правові форми торговельного підприємництва. 4. Утворення суб'єкта підприємницької діяльності в торгівлі. 5. Стратегії торговельного підприємництва. Основи бізнес-планування. 6. Державне регулювання підприємницької діяльності в торгівлі. 7. Етична та соціальна відповідальність торговельного підприємництва 8. Підприємницька діяльність у сфері роздрібної торгівлі. 9. Підприємницька діяльність у сфері ресторанного господарства. 10. Підприємницька діяльність у сфері оптової торгівлі. 11. Підприємницька діяльність у сфері зовнішньої торгівлі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Трансфер технологій в аграрній сфері
<i>Спеціальність</i>	075 «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Грабовський Роман Стефанович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань щодо трансферу технологій в аграрній сфері і формування навичок практичного їх використання.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення основ трансферу технологій та інновацій, механізму трансферу; набуття навичок розробки маркетингової стратегії розвитку, придбання технологій та інновацій як ключового інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретико-методологічні основи трансферу технологій в аграрній сфері. 2. Форми та основні етапи трансферу технологій. 3. Управління трансфером технологій в аграрній сфері. 4. Оцінка потенціалу науково-технічних розробок. 5. Вибір механізму технологічного трансферу. 6. Розробка маркетингової стратегії, придбання технології та інновацій. 7. Специфічні форми технологічного обміну. 8. Проблеми трансферу технологій та інновацій в аграрній сфері. 9. Міжнародний трансфер технологій як фактор економічного розвитку. Тенденції міжнародного трансферу технологій в Україні.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Методика викладання економіки
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Смолінська Олеся Євгенівна, д.пед.наук, проф..
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Поєднання економічної підготовки викладача з дидактичними принципами та методичними особливостями подання економічної інформації для різних вікових категорій людей, які навчаються.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ та набуття практичних навичок логічного і послідовного передавання базових знань з маркетингу, обґрунтовувати, презентувати і реалізовувати результати маркетингових досліджень.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Методика викладання як складовий елемент компетентності викладача 2. Система економічної освіти в Україні. Сучасні методичні підходи у викладанні 3. Науково-методичне забезпечення викладання економіки 4. Методика підготовки і проведення теоретичних занять в економічному навчанні 5. Методика підготовки і проведення лабораторних та практичних занять з економіки 6. Організація самостійної роботи в процесі вивчення економіки 7. Методика проведення позааудиторної роботи з економіки 8. Активність навчання як чинник створення інноваційного освітнього середовища в економічній освіті України 9. Професіоналізм викладача та його зв'язок із рівнем конкурентоздатності навчального закладу
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Організація виробництва в сільськогосподарських підприємствах
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Чемерис Василь Антонович, д.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань з організації виробництва в сільськогосподарських підприємствах
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ та формування практичних навичок організації виробництва продукції у сільськогосподарських підприємствах.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Предмет, мета та завдання організації виробництва в сільськогосподарських підприємства 2. Внутрішньогосподарське планування в сільськогосподарських підприємства 3. Нормування та оплата праці 4. Спеціалізація та концентрація в сільськогосподарських підприємства 5. Організація кормової бази в сільськогосподарських підприємствах 6. Організація виробництва продукції рослинництва 7. Організація виробництва продукції тваринництва
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Організація виробництва на підприємствах м'ясо-молочної промисловості
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дорош-Кізім Мар'яна Михайлівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
– лекцій	18
– лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань з організації виробництва на підприємствах м'ясо-молочної промисловості.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ та формування практичних навичок організації виробництва продукції на підприємствах м'ясо-молочної промисловості.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Загальна характеристика підприємств м'ясо-молочної промисловості: виробничий процес і основи його раціональної організації. 2. Матеріально-технічне забезпечення виробництва. 3. Якість продукції і система її показників: система управління якістю продукції. 4. Організація оплати праці на підприємствах м'ясо-молочної промисловості. 5. Завдання і зміст наукової, конструкторської та технологічної підготовки виробництва. 6. Зміст і завдання оперативного управління виробництвом. 7. Організація та планування збуту продукції: маркетингові дослідження. 8. Планування потужностей підприємства. 9. Планування фінансової діяльності та витрат підприємства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Економіка і організація заготівель та реалізації сільськогосподарської продукції
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Музика Павло Михайлович, д. е. н., проф.
<i>Семестр</i>	Четвертий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у майбутніх фахівців розуміння сучасної системи закупівельних відносин, оволодіння різними методами і прийомами аналізу та характеристики сільськогосподарської сфери.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування основних професійно орієнтованих знань щодо закономірностей організації та функціонування закупівельно-торгових відносин, уміння аналізувати і оцінювати політику державних та децентралізованих закупівель, що проводяться в країні.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Суть і закономірності розвитку заготівель і реалізації продукції. 2. Характеристика ринку продукції АПК. 3. Особливості та специфічні умови процесу закупівель на конкурсній основі. 4. Державне регулювання сфери заготівель та реалізації сільськогосподарської продукції. 5. Державне замовлення як засіб задоволення державних потреб. 6. Зарубіжний досвід організації оптово-посередницької діяльності на товарному ринку.
<i>Мова викладання</i>	Українська

3 КУРС

<i>Назва дисципліни</i>	Смарт-економіка
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Галина Петрівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань і навичок щодо створення і управління стартапами на початковій стадії, впровадження досягнень цифровізації та діджиталізації в економічну діяльність.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формуванні у майбутніх фахівців знань і професійних компетентностей, необхідних для управління економічними об'єктами в процесі їх цифровізації, та впровадження цифрових технологій в різних секторах промисловості, бізнесу та державного управління.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Концептуальні підходи до розуміння сутності смарт-економіки. 2. Четверта промислова революція: мегатренди та точки фундаментальних зрушень. 3. Діджиталізація економічних процесів. 4. Розвиток людського капіталу в умовах інформатизації. 5. Великі дані та система прийняття рішень. 6. Вплив штучного інтелекту на економічні процеси. 7. Економіка спільного споживання. 8. Інтернет речей. 9. Смарт-спеціалізація регіонів та держав. 10. Розумні міста.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Цифрова економіка
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Галина Петрівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування теоретичних знань, прикладних навичок та умінь вирішення професійних завдань, що виникають в різних сферах цифрової економіки.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формуванні у майбутніх фахівців знань і професійних компетентностей, необхідних для управління економічними об'єктами в процесі їх цифровізації, та впровадження цифрових технологій в секторах промисловості, бізнесі та державному управлінні для підвищення їх ефективності, конкурентоздатності, забезпеченні сталого національного розвитку, зростанні обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення України.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Цифрова економіка: зміст, визначення та характерні особливості. 2. Ринок цифрових продуктів. 3. Загальні поняття Інтернету речей. Промисловий Інтернет речей. 4. Штучний інтелект. 5. Big Data в бізнес-процесах. 6. Цифрові екосистеми. 6. Електронний бізнес. 7. Електронна комерція.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Підприємництво у сфері послуг
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Галина Петрівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування комплексу спеціальних теоретичних та практичних навичок щодо: питань функціонування і розвитку підприємства в сфері послуг; особливостей управління, маркетингу та оподаткування суб'єктів бізнесу у даній сфері; дослідження середовища функціонування, конкуренції та специфіки видів підприємницької діяльності у сфері послуг; етичних і культурних основ сервісного бізнесу..
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення основних теоретико-методичних засад ведення бізнесу у сфері послуг; розкриття сутності та специфіки основних видів послуг у підприємстві; оволодіння новітніми управлінськими підходами та стратегіями управління, застосування сучасних науково-технічних досягнень в процесі ведення підприємництва в сфері послуг.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Сфера послуг у сучасній економічній системі. 2. Характеристика основних видів послуг. 3. Ринок послуг України. 4. Особливості менеджменту сфери послуг. 5. Планування діяльності у сфері послуг. Стратегічне планування у сфері послуг 6. Маркетинг у сервісному підприємстві. 6. Оцінка особливостей організації підприємництва у різних видах сфери послуг в Україні. Культура сервісного підприємства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Екологічний маркетинг
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань теоретико-методичної бази екологічного маркетингу як управлінського інструменту, методології, що ґрунтується на системному підході.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних і методологічних основ екологічного маркетингу; засвоєння особливостей макро- і мікросередовища екомаркетингу; оволодіння знаннями щодо сегментації екологічного ринку і вибору цільових екоsegmentів; засвоєння методів та процедур з розробки комплексу маркетингових заходів в межах товарної, цінової, комунікаційної політик; оволодіння інструментами стратегічного планування, впровадження і контролю програм екологічного маркетингу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Концепція екологічного маркетингу; 2. Особливості застосування екологічного маркетингу вітчизняними підприємствами; 3. Поведінка покупців на ринках екологічно чистих товарів; 4. Екологічно орієнтоване планування маркетингової діяльності; 5. Товар і товарна політика; 6. Ціноутворення на ринках екологічно чистої продукції; 7. Розповсюдження екологічно чистої продукції; 8. Просування екологічно чистої продукції. Система маркетингових комунікацій; 9. Маркетингова діяльність у сфері екологічних послуг.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Міжнародна економічна діяльність України
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
– лекцій	16
– лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань щодо економічної сутності зовнішньоекономічних зв'язків країни, системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань у сфері міжнародної економічної діяльності України, а також набуття практичних навичок щодо організації, регулювання та здійснення комерційних, інвестиційних та фінансових операцій у міжнародній економічній діяльності України.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Економічна сутність зовнішніх економічних зв'язків України 2. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні 3. Форми та методи зовнішніх економічних зв'язків 4. Методи платежів та розрахунків, які використовуються в міжнародній торгівлі 5. Транспортне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності 6. Цінова політика на зовнішньому ринку 7. Управління контрактною діяльністю та практика ведення комерційних переговорів 8. Ефективність зовнішньоекономічних операцій
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Економіка сільських територій
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Саламін Оксана Степанівна, к. е. н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи науково-теоретичних та практичних знань щодо функціонування сільських територій, оцінка організаційно-економічних основ розвитку сільських територій.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення пріоритетних напрямів та обґрунтування ефективних механізмів функціонування сільських територій, диверсифікації їх економічної бази та створення соціально привабливих і екологічно безпечних умов життя для сільського населення. Здатність аналізувати вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на розвиток сільських територій.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретико-методичні основи розвитку сільських територій. 2. Організаційно-економічні засади функціонування сільських територій. 3. Досвід розвитку сільських територій в зарубіжних країнах. 4. Фінансово-економічний механізм діяльності сільських територій. 5. Організаційно-економічні основи розвитку сільських територій. 6. Управління розвитком сільських територій.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Міжнародний бізнес
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Саламін Оксана Степанівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з механізму та особливостей міжнародного бізнесу на сучасному етапі розвитку світової цивілізації, а також набуття навичок і вмінь дослідження стану міжнародного бізнесу.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення основ глобалізації економіки і управління міжнародним бізнесом, набуття навичок аналізу міжнародного середовища бізнесу, оцінювання можливостей здійснення міжнародних операцій.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Глобалізація економіки і управління міжнародним бізнесом. 2. Міжнародне середовище бізнесу. 3. Організаційно-правові форми міжнародного бізнесу. 4. Роль держави у міжнародному бізнесі. 5. Міжнародна торгівля як форма міжнародного бізнесу. 6. Іноземні інвестиції у світовій економіці. 7. Стратегія міжнародного бізнесу. 8. Організація міжнародного бізнесу. 9. Маркетингова діяльність у міжнародному бізнесі. 10. Управління персоналом у міжнародному бізнесі. 11. Конкурентоспроможність у міжнародному бізнесі. 12. Етика в міжнародному бізнесі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Фінансовий аналіз
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Богдан Богданович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань та вмінь проводити фінансовий аналіз підприємства, робити обґрунтовані висновки з метою оперативного управління активами і пасивами підприємства, досягнення високих кінцевих фінансових результатів, забезпечення фінансової стабільності і належного іміджу підприємства.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення організаційних форм фінансового аналізу і використання його інформації в управлінні підприємствами.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретичні основи фінансового аналізу. 2. Загальна оцінка фінансового стану підприємства. 3. Аналіз фінансової стійкості підприємства 4. Аналіз платоспроможності та ліквідності підприємства 5. Аналіз грошових потоків 6. Аналіз ефективності використання капіталу 7. Аналіз ділової активності підприємства 8. Аналіз інвестиційної привабливості підприємства 9. Аналіз кредитоспроможності підприємства 10. Короткостроковий прогноз фінансового стану підприємства 11. Аналіз фінансового стану неплатоспроможних підприємств та запобігання їх банкрутству 12. Аналіз фінансових результатів та рентабельності підприємства
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Центральний банк і грошово-кредитна політика
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Богдан Богданович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань і навичок функціонування грошово-кредитних систем зарубіжних країн, а також у галузі монетарної політики та діяльності центрального банку, його ролі і місця в проведенні грошово-кредитної політики, забезпечення стійкості національної валюти, стабільності банківської системи та оптимальної організації платіжної системи.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення факторів та умов виникнення, специфіки діяльності НБУ по управлінню банківською та кредитною системами, підтримці стабільності гривні, особливостей виконання НБУ своїх функцій, застосування політик, механізмів та інструментів за допомогою яких банк вирішує свої задачі та досягає поставлених цілей.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Національний банк України — центральний банк держави. Його роль у системі органів державної влади. 2. Грошово-кредитна політика. 3. Організація готівкового грошового обігу. 4. Кредитні відносини між НБУ і комерційними банками. 5. Організація міжбанківських розрахунків. 6. Центральний банк — банкір і фінансовий агент уряду. 7. Валютне регулювання та контроль. 8. Регулювання банківської діяльності та нагляд. 9. Методологія платіжного балансу України.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Інвестування
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	П'ятий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у студентів теоретичних знань та практичних вмінь у галузі ефективного вкладення грошових коштів у різні об'єкти інвестування, формування теоретичної та методологічної бази, необхідної для вільного володіння практикою використання інвестиційних інструментів, виробити вміння оцінювати й аналізувати інвестиційну політику, що реалізується в країні, оцінювати інвестиційні портфелі та інвестиційні проекти.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення закономірностей і механізму інвестиційних відносин держави, підприємств та фізичних осіб, набуття вмінь використовувати ці закономірності в практиці інвестування, визначати заходи з використання інвестицій як одного з дійових важелів економічної політики держави.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Поняття інвестицій та інвестиційного менеджменту 2. Інвестиційний ринок та його структура 3. Державне регулювання інвестиційної діяльності 4. Джерела та методи інвестування 5. Фінансові інвестиції 6. Інвестиції у засоби виробництва (реальні інвестиції) 7. Залучення іноземного капіталу 8. Менеджмент інвестицій
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Інноватика
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з основ теорії інноватики та особливостей інноваційних процесів, його складових та детермінант.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення змісту інноваційного процесу, його складових та детермінант, форм і результатів інноваційної діяльності.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Інноватика як наука та сфера діяльності. 2. Сутність, ознаки та класифікація інновацій. 3. Зміст та структура інноваційного процесу. 4. Результати інноваційної діяльності та їх правова охорона. 5. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності. 6. Державне регулювання інноваційної діяльності. 7. Стан та проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Комерційна діяльність посередницьких підприємств
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань про мету і зміст діяльності торговельних посередників.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення системи взаємовідносин посередницьких структур з виробниками і споживачами товарів і послуг; набуття вмінь і навичок творчого пошуку резервів і способів підвищення ефективності діяльності торгових посередників.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Ринок і комерційна діяльність посередницьких підприємств 2. Організаційно-правові форми функціонування посередницьких підприємств 3. Кон'юнктурні дослідження товарних ринків посередницькими підприємствами 4. Формування попиту споживачів на продукцію і послуги 5. Комерційні зв'язки і договірні відносини посередників, умови продажу і транспортування 6. Матеріально-технічна база комерційної діяльності посередницьких підприємств 7. Методи оцінювання показників техніко-організаційного рівня посередницьких підприємств та ефективності обслуговування споживачів 8. Обігові кошти комерційної діяльності й організація розрахунків 9. Планування витрат та ціноутворення в комерційній діяльності посередницьких підприємств 10. Напрями розвитку і вдосконалення комерційної діяльності посередницьких підприємств
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Міжнародна торгівля
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Гримак Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань про закономірності розвитку міжнародної торгівлі, кооперації та спеціалізації господарських суб'єктів різних країн.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення об'єктивних умов формування та функціонування міжнародної торгівлі; виявлення напрямків, форм та методів міжнародної торгівлі на світових галузевих ринках товарів, послуг, капіталу, робочої сили.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Загальна характеристика міжнародної торгівлі. 2. Еволюція міжнародної торгівлі. 3. Система показників результативності міжнародної торгівлі. 4. Торговельна політика. 5. Форми міжнародної торгівлі. 6. Методи здійснення експортно-імпортних операцій. 7. Організовані товарні ринки. 8. Нормативно-правове регулювання міжнародних торговельних угод. 9. Міжнародні комерційні контракти. 10. Врегулювання міжнародних комерційних спорів. 11. Стан та перспективи торговельно-економічного співробітництва України та ЄС
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Маркетинг закупівель
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Музика Павло Михайлович, д.е.н., професор
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання студентам знань про особливості маркетингу закупівель та практичних навичок у застосуванні маркетингового інструментарію при здійсненні процесів маркетингової закупівельної діяльності, підвищення ефективності діяльності та оптимізації витрат у процесі товарного руху з урахуванням вимог ринку та прибутковості діяльності усіх суб'єктів, охоплених цією діяльністю.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування знань з теорії маркетингу закупівель; формування студентами вмінь і навичок вибору постачальника та організації закупівель матеріально-технічних ресурсів для потреб підприємства, участі у тендерних торгах.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в темах: 1. Сутність закупівель та їх роль в маркетинговій діяльності підприємства. 2. Закупівельна діяльність підприємства. 3. Маркетингові закупівельні операції. 4. Планування процесу закупівель для потреб організації. 5. Закупівельний центр. 6. Оптова торгівля в маркетинговій діяльності закупівель. 7. Організаційна система функціонування 8. Організація державних закупівель 9. Онлайн - закупівлі. 10. Закупівельна логістика.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Маркетингове планування
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи теоретичних знань та навичок з планування маркетингової діяльності.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних і практичних засад розуміння сутності та концепції маркетингового планування; освоєння принципів та методів процесу маркетингового планування.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Організаційні аспекти маркетингового планування. 2. Тактичне й оперативне планування маркетингу. 3. Особливості планування при здійсненні товарної політики підприємства. 4. Планування цінової політики підприємства. 5. Планування комунікативної політики маркетингу 6. Планування маркетингової політики розподілу.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Державна регуляторна політика у аграрному секторі економіки України
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Саламін Оксана Степанівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
– лекцій	18
– лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань з державного регулювання сільського господарства, та практичних навичок розробки та здійснення державної регуляторної політики у сільському господарстві
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення сутності та сфери державного регулювання сільського господарства в умовах ринкової економіки; набуття вмінь розробки державних цільових державних програм розвитку сільського господарства, його окремих галузей та вирішення соціальних проблем села.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Вивчення дисципліни охоплює вивчення проблем необхідності, рівня та спрямування державної регуляторної політики, принципи розробки та здійснення регуляторної політики, методики розробки державних цільових програм розвитку сільського господарства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Організація аукціонів та ярмарок
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Грабовський Роман Стефанович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань з теоретичних основ та формування практичних навичок організації аукціонів та ярмарок.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ організації аукціонів і ярмарок; набуття вмінь розробляти заходи з використання аукціонів і ярмарок як інструментів маркетингової політики розподілу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Поняття аукціонної торгівлі. Сучасні тенденції та особливості аукціонних торгів. 2. Класифікація аукціонів як суб'єкта господарської діяльності та виду торгів. 3. Організація проведення аукціонних торгів. 4. Тендери як форма організованого товарного ринку. Предмет за цілі тендерних торгів. 5. Класифікація тендерів. Організація проведення тендерів. 6. Поняття ярмарок, види і умови їх проведення. 7. Правове забезпечення та практика проведення ярмарок, тендерів та аукціонів в Україні.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Організація виставкової діяльності
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у студентів знань методів і процесів організації виставкової діяльності, а також вивчення світового досвіду у цій сфері
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення основ організації виставкової діяльності, організації основного та допоміжного виставкового процесу, планування виставкової діяльності, управління виставковою діяльністю.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Термінологія і класифікація виставково-ярмаркової діяльності. 2. Організація участі у виставці. 3. Економічний аналіз ризиків участі у виставці. 4. Особливості визначення ефективності виставкового процесу. 5. Особливості міжнародних виставок. 6. Особливості державного регулювання виставкової діяльності в країнах світу. 7. Сучасний стан та перспективи розвитку виставкової діяльності в Україні.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Управління продажами
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дорош-Кізим Мар'яна Михайлівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практик-них) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань у галузі управління продажами, набуття практичних навичок щодо управління продажами в ринкових умовах з урахуванням задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективності діяльності підприємств.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних та організаційних основ управління продажами в ринковій економіці.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Концептуальні засади управління продажами: сучасні тенденції. 2. Теоретико-методологічні аспекти організації продажу на підприємстві. 3. Побудова системи продажу на принципах гармонізації. 4. Маркетинг у сфері продажу. 5. Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажами. 6. Стратегія та тактика управління продажами. 7. Прогнозування та планування продажу. 8. Управління продажами на промисловому ринку. 9. Управління продажами у сфері послуг. 10. Управління торговим персоналом. 11. Інтенсифікація комерційних зусиль в процесі продажу. 12. Маркетинговий аналіз та оцінка програми продажу.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Економічний аналіз
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Кубрак Надія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування фундаментальних знань з економічного аналізу діяльності підприємств сфери АПК, осмислення ролі і значення економічного аналізу в умовах ринку, причин факторів їх впливу на зміну економічних показників, принципів, методів і методології проведення економічного аналізу, виявлення невикористаних можливостей (резервів виробництва) .
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення методів, прийомів та показників аналітичної оцінки виробничо-господарської діяльності сільськогосподарських та переробних підприємств.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Предмет та види економічного аналізу. 2. Метод і методика економічного аналізу. 3. Інформаційна база економічного аналізу. 4. Організація та основні етапи економічного аналізу. 5. Аналіз виробництва продукції, робіт і послуг. 6. Аналіз попиту, стану ринку та обсягу реалізації продукції (послуг) підприємства. 7. Аналіз виробничих ресурсів і організаційно-технічного рівня підприємства. 8. Аналіз фінансових результатів.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Венчурний бізнес
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Кубрак Надія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у студентів знань з функціонування венчурного бізнесу як особливого сектора інвестиційного ринку, джерел фінансування інноваційної діяльності.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення фундаментальних засад, принципів та форм венчурного інвестування, формування навичок оцінки ефективності проектів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в темах: 1. Основні риси венчурного капіталу 2. Процеси венчурного інвестування 3. Оцінка інноваційної компанії 4. Управління ефективністю венчурного бізнесу 5. Аналіз альтернативних інвестицій 6. Фінансова модель венчурного фонду та принципи її формування 7. Особливості діяльності бізнес-ангелів, корпоративних венчурних фондів і фондів за участю держави
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Франчайзингове підприємництво
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Саламін Оксана Степанівна, к. е. н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань щодо виявлення й оцінки можливостей успішного розвитку підприємств шляхом реалізації франчайзингових взаємовідносин.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Набуття теоретичних знань, вмінь та практичних навичок становлення і розвитку франчайзингового підприємництва.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретичні основи франчайзингу. 2. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу. 3. Механізм розробки франшизи. Побудова франчайзингової системи. 4. Життєвий цикл франчайзингової системи. 5. Особливості управління франшизами. 6. Обґрунтування доцільності ведення бізнесу на умовах франчайзингу. 7. Контроль і мотивація суб'єктів франчайзингових відносин. 8. Особливості становлення та розвитку франчайзингового підприємництва в Україні. 9. Міжнародний досвід франчайзингу в Україні.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Організація оптової торгівлі
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Натяла Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з організації оптової торгівлі на навичок її організації і здійснення.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення організаційних основ оптової торгівлі.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Організація торгівлі як галузь знань 2. Теоретичні засади організації торгівлі 3. Організація оптової торгівлі 4. Організація торгово-технологічного процесу на підприємствах оптової торгівлі 5. Організація продажу товарів на підприємствах оптової торгівлі 6. Транспортне, тарне та технічне забезпечення технологічних процесів у торгівлі 7. Електронна оптова торгівля 8. Організація торгівлі на ринках 9. Система торговельних послуг
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Бюджетування діяльності суб'єктів господарювання
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Гримак Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань та навичок з розроблення перспективних, поточних і операційних бюджетів підприємства.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення закономірностей і особливостей фінансового планування доходів і витрат, сформованих в процесі підприємницької діяльності на всіх рівнях управління, яка дозволяє аналізувати прогнозовані і отримані фінансові показники.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається у таких темах: 1. Бюджети суб'єкта господарювання та їх типологія. 2. Методичні основи розроблення та оцінювання бюджетів підприємства. 3. Формування операційних бюджетів. 4. Формування фінансових бюджетів 5. Аналіз та оцінювання виконання бюджетів. 6. Організація бюджетного процесу на підприємстві.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Міжнародна інвестиційна діяльність
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталія Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Шостий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	18
- лабораторних (практичних) занять	18
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з міжнародної інвестиційної діяльності, формування навичок у сфері здійснення іноземних інвестицій.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення закономірностей і механізму міжнародної інвестиційної діяльності.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретичні засади міжнародної інвестиційної діяльності 2. Сутність і мотивація міжнародної інвестиційної діяльності 3. Умови та фактори здійснення іноземного інвестування 4. Міжнародні інвестиційні операції з цінними паперами 5. Венчурне інвестування 6. Міжнародний інвестиційний ринок 7. Регулювання міжнародної інвестиційної діяльності 8. Моделювання інвестиційних процесів 9. Міжнародна інвестиційна діяльність в Україні
<i>Мова викладання</i>	Українська

4 КУРС

<i>Назва дисципліни</i>	Організація власного бізнесу
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань і навичок студентів щодо базових знань і навичок з питань організації і функціонування підприємницької діяльності фізичних та юридичних осіб, а також практичних вмінь та навичок щодо механізму створення власного бізнесу
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Організація, функціонування, обслуговування та управління в сфері бізнесу; здійснювати державну реєстрацію діяльності фізичної особи у якості підприємця та юридичної особи з вибором раціональної організаційно-правової форми ведення бізнесу; систему управління, державного регулювання та інфраструктурного обслуговування бізнесу, його правову основу, основи бізнес-планування, способи організації власного бізнесу, особливості професійного добору, адаптації й мотивації персоналу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається у таких темах: 1. Економічна природа бізнесу і підприємництва. 2. Поняття та види підприємництва. 3. Державне регулювання підприємницької діяльності. 4. Організаційні форми бізнесу в Україні. 5. Підприємницькі ідеї та методи її реалізації. 6. Технологія створення власної справи. 7. Бізнес-планування у підприємницькій діяльності. 8. Маркетинг-план бізнес-проекту..
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Маркетинг територій
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Липчук Василь Васильович, д.е.н., професор, член-кор. НААНУ
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань щодо сутності територіального маркетингу як інструменту управління розвитком територіальних одиниць (села, міста, громади, області, регіону).
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення засад застосування інструментів територіального маркетингу; набуття вмінь організувати маркетингову діяльність в територіальній одиниці, використовувати маркетингові інструменти в стимулюванні локального і регіонального розвитку.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Поняття, сутність та концепції маркетингу, цілі маркетингової діяльності; 2. переваги та недоліки маркетингу. 3. Поняття та походження територіального маркетингу; зв'язки маркетингової діяльності з простором, цілі, умови та чинники розвитку територіального маркетингу; формування маркетингової спрямованості територіальних одиниць. 3.Сутність і завдання інформаційної системи територіального маркетинг (PSIM). 4. Джерела та види маркетингової інформації та процес маркетингових досліджень території. 5. Сегментація ринку у маркетинговій діяльності міста, села, громади та регіону; вибір критеріїв визначення адресатів діяльності маркетингу; аналіз та оцінка окремих сегментів ринку; вибір цільових ринків. 6. Структура територіального продукту, його матеріальні та нематеріальні компоненти. 7. Сфери маркетингової діяльності місцевого самоврядування 8. Процес управління маркетингом в територіальних одиницях.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Математичні методи в ринковій економіці
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Диндин Михайло Львович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування умінь знаходити оптимальні рішення маркетингових проблем.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення математичних методів та алгоритмів оптимального вирішення маркетингових завдань.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	<p>Зміст дисципліни розкривається в таких темах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи вивчення дисципліни «Математичні методи в ринковій економіці». 2. Математичні моделі та методи аналізу економічного розвитку на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях обслуговування як складова господарського комплексу. 3. Еволюційні математичні методи та моделі аналізу і прогнозування економічних змін. 4. Моделювання та аналіз адаптивних і раціональних очікувань на різних рівнях управління. 5. Математичне моделювання економічної безпеки на різних рівнях управління. 6. Математичні методи та моделі індикативного планування і діагностики ймовірного банкрутства підприємства. 7. Діагностика банкрутства підприємства з використанням математичного інструментарію нечіткої логіки. 8. Математичні методи і моделі аналізу процесів інноваційного розвитку підприємства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Прогнозування соціально-економічних явищ
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Флейчук Марія Ігорівна, д.е.н., професор
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Оволодіння студентами теоретичними знаннями та практичним інструментарієм прогнозування соціально-економічних процесів, визначення можливих станів соціально-економічних об'єктів у майбутньому, дослідження закономірностей їх розвитку за різних умов.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення методичних основ прогнозування; набуття практичних навичок та умінь використання різних методів прогнозування соціально-економічних явищ.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Система і принципи економічного прогнозування 2. Часові ряди та їх основні характеристики 3. Прості методи прогнозування 4. Адаптивні методи прогнозування 5. Методи та моделі прогнозування одновимірних процесів 6. Методи та моделі прогнозування багатовимірних процесів 7. Експертні методи прогнозування 8. Моделі прогнозування динаміки основних процесів соціально-економічного розвитку 9. Оцінювання прогнозів
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Транспортні системи і складське господарство
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Копитко Ольга Василівна, к.е.н., старший викладач
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системних знань і практичних умінь щодо розробки й обґрунтування організаційних процесів транспортування і складування товарів .
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення принципів та методів розробки й обґрунтування організаційних процесів транспортування й складування товарів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Транспортно-складське господарство як соціально-технічна система. Об'єкт, предметі завдання дисципліни. 2. Функції і структура управління транспортно-складським господарством. 3. Значення транспортно-складського господарства і завдання щодо його розвитку. 4. Матеріально-технічна база різних видів транспорту. 5. Транспортна характеристика вантажів і вантажних перевезень 6. Організація складського господарства. 7. Ефективність розвитку транспортних систем і складського господарства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Маркетинговий аналіз
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Липчук Василь Васильович, д.е.н., професор, член-кор. НААНУ
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Сформувати розуміння у здобувачів потреби проведення маркетингового аналізу, навчити правильно збирати інформацію, належним чином її обробляти та приймати правильні рішення.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Формування знань методології та методики проведення маркетингового аналізу; набуття вмінь аналізувати особливості, завдання, функції стосовно ринку та інструментів маркетингу; здобуття компетенцій у застосуванні в практичній діяльності набутих теоретико-методологічних знань здійснення маркетингового аналізу
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Суть та організація маркетингового аналізу 2. Аналіз величини продажу 3. Аналіз клієнтів підприємства 4. Аналіз товару 5. Аналіз ціни 6. Аналіз дистрибуції 7. Аналіз комунікацій фірми із суб'єктами ринку 8. Аналіз маркетинг-мікс 9. SWOT- аналіз
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Бенчмаркінг
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дорош-Кізім Мар'яна Михайлівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
– лекцій	16
– лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування теоретичних і прикладних знань у галузі маркетингових прийомів і управління бенчмаркінгом, планування бенчмаркінгових проєктів, використання принципів інтеграції бенчмаркінгу з інноваційними процесами та використання отриманих знань в практичній діяльності.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Освоєння відповідних знань щодо діяльності підприємства в умовах ринкової економіки з використанням концепції бенчмаркінгу та практичними навичками маркетингових прийомів його управління з метою забезпечення ефективної діяльності підприємства шляхом пошуку резервів зниження витрат виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Поняття види і основні принципи бенчмаркінгу. 2. Механізм бенчмаркінгового аналізу. 3. Основні фази та етапи методики бенчмаркінгу. 4. Системи бенчмаркінгових досліджень і бенчмаркінгової інформації. 5. Цикл Шухарта-Демінга в основі управління виробничими процесами. 6. Організація бенчмаркінгу. 7. Стратегічний бенчмаркінг на підприємстві. 8. Формування бенчмаркінгової програми підприємства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Міжнародні бізнес-комунікації
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Грабовський Роман Стефанович, к. е. н., доцент
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з розробки та впровадження комунікативних бізнес-стратегій на міжнародних ринках товарів і послуг.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ міжнародних бізнес-комунікацій, набуття навичок розробки та впровадження комунікативних стратегій на агропромислових підприємствах
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретичні основи міжнародних бізнес-комунікацій. 2. Психологічні аспекти міжнародних бізнес-комунікацій. 3. Стратегії письмових комунікацій у глобалізованому бізнес-середовищі. 4. Стратегії усних комунікацій у глобалізованому бізнес-середовищі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Ділова іноземна мова
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Ваврін Наталія Петрівна, старший викладач
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	
- лабораторних (практичних) занять	32
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування необхідної комунікативної спроможності у сфері маркетингової діяльності та ситуативного спілкування в усній і письмовій формах.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Набуття навичок практичного володіння англійською мовою.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Фонетичні норми англійської мови. 2. Нормативна граматики. 3. Аудіювання та мовлення. 4. Читання. 5. Мовленнєвий етикет спілкування.
<i>Мова викладання</i>	Англійська

<i>Назва дисципліни</i>	Прямий маркетинг
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Флейчук Марія Ігорівна, д.е.н., професор
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань і навичок прийняття маркетингових рішень щодо застосування прийомів і засобів прямого маркетингу в діяльності підприємств
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних знань і набуття практичних навичок щодо використання принципів, методів й інструментів прямого маркетингу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Прямий маркетинг як елемент маркетингових комунікацій. 2. Традиційні та сучасні форми прямого маркетингу. 3. Персональний продаж. 4. Прямий маркетинг на основі бази даних. 5. Середовище прямого маркетингу. 6. Позиціонування та сегментація за допомогою прямого маркетингу. 7. Стратегія прямого маркетингу. 8. Планування кампанії прямого маркетингу.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Мерчендайзинг
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталя Романівна, к. е. н., доцент
<i>Семестр</i>	Сьомий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	32
- лекцій	16
- лабораторних (практичних) занять	16
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи теоретичних знань і практичних навиків щодо організації, управління, реалізації та контролю мерчендайзингової діяльності виробничих та ритейторських підприємств
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Визначення системи методів та алгоритмів формування мерчендайзингових стандартів на підприємстві; Опанування стратегічного мерчендайзингового планування; Дослідження умов формування прихильності споживачів; Формування вмінь управління торговельними марками на місцях продажу; Вирішення конкретних мерчендайзингових завдань.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Визначення мерчендайзингової діяльності підприємства; 2. Айдентика брэнда; 3. Організація мерчендайзингу в компанії; 4. Інструменти мерчендайзингу на місцях продажу; 5. Базові одиниці мерчендайзингу. Фейсинг та SCU; 6. POS – матеріали. 7. Планування магазину: зовнішнє та внутрішнє середовище; 5. Підготовка персоналу до виконання стандартів мерчендайзингу.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Біржі та біржова діяльність
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Гримак Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Восьмий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	12
- лабораторних (практичних) занять	24
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань з біржової справи і формування навичок практичного здійснення біржових операцій.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ біржової діяльності, набуття навичок аналізу біржового ринку та організації біржової діяльності.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Загальні відомості про біржову діяльність. 2. Біржовий товар. 3. Учасники біржової торгівлі. 4. Діяльність товарних бірж. 5. Фондові біржі, їх діяльність. 6. Основи функціонування валютної біржі та біржі праці. 7. Основи торгівлі ф'ючерсними контрактами. 8. Хеджування і біржова спекуляція. 9. Кліринг і розрахунки на біржовому ринку. 10. Біржова торгівля опціонами. 11. Організація біржі та її управління. 12. Біржовий ринок сільськогосподарської продукції в Україні. 13. Організація і технологія біржової торгівлі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Організація роздрібної торгівлі
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Струк Наталя Романівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Восьмий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
- лекцій	12
- лабораторних (практичних) занять	24
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань про організацію торгових процесів, вироблення вмінь і навичок їх використання у практичній діяльності підприємств.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення організації функціонування підприємств роздрібної торгівлі у ринкових умовах господарювання; формування навичок приймати економічно обґрунтовані рішення щодо забезпечення ефективності роботи роздрібних підприємств.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Поняття роздрібно торгівельної мережі 2. Види роздрібних торговців та їх характеристика 3. Фази і порядок створення роздрібно торгівельного підприємства 4. Управлінська побудова роздрібних торговців 5. Концентрація і спеціалізація роздрібно мережі 6. Територіальне розміщення роздрібно мережі 7. Завдання і методи вивчення попиту населення на роздрібних підприємствах 8. Спеціалізація підприємств і планування товарного асортименту 9. Формування асортименту товарів у магазинах
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Маркетинговий аудит
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дорош-Кізим Мар'яна Михайлівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Восьмий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
– лекцій	12
– лабораторних (практичних) занять	24
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань з теорії і методології маркетингового аудиту та вироблення вмінь і навичок з його організації і проведення.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ і практичних прийомів маркетингового аудиту.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Маркетинговий аудит в системі ринкової діяльності підприємства. 2. Рівні та інструментарій маркетингового аудиту 3. Аудиторське оцінювання маркетингового середовища підприємства 4. Товарний аудит підприємства. 5. Ціновий аудит підприємства. 6. Аудит комунікаційної політики Аудит маркетингової політики розподілу Планування потужностей підприємства. 7. Маркетинговий аудит можливостей підприємства
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Міжнародний агробізнес
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Грабовський Роман Стефанович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Восьмий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
– лекції	12
– лабораторних(практичних) занять	24
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування сучасного управлінського мислення, системи теоретичних знань і практичних навичок щодо прийняття та виконання рішень у сфері міжнародного агробізнесу.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення понять, категорій та систем міжнародного агробізнесу; набуття практичних навичок розробки та реалізації маркетингових стратегій виходу підприємств на зовнішній ринок та маркетингової діяльності підприємства на цих ринках.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Теоретичні основи міжнародного агробізнесу 2. Продовольчий маркетинг в системі економічних відносин міжнародного агробізнесу 3. Стратегії виходу агропромислових підприємств на зовнішній ринок 4. Організація агробізнесу 5. Регулювання міжнародного агробізнесу 6. Сучасні аспекти світової продовольчої проблеми 7. Збільшення продовольчих ресурсів як умова вирішення продовольчої проблеми 8. Розвиток світового продовольчого ринку в умовах глобалізації споживання продовольства 9. Регіональна структура міжнародного агробізнесу
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Дорош-Кізім Мар'яна Михайлівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Восьмий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
– лекцій	12
– лабораторних (практичних) занять	24
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань щодо теоретичних основ міжнародної конкуренції конкурентоспроможності підприємства, вироблення навичок дослідження міжнародної конкуренції та управління міжнародною конкурентоспроможністю на макrorівні для досягнення підприємством належних конкурентних позицій на світовому ринку.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення сутності міжнародної конкурентоспроможності підприємств, галузей, регіонів та національних економік в умовах економічної глобалізації, набуття навичок розробки конкурентних стратегій українських підприємств для виходу на зарубіжні ринки.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Конкуренція в системі ринкової економіки. 2. Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку. 3. Фактори забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства 4. Аналіз і оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства. 5. Мікростратегії міжнародної конкурентоспроможності. 6. Система управління конкурентоспроможністю підприємства на світовому ринку 7. Конкурентоспроможність галузей у світовому господарстві. 8. Сучасні моделі конкурентоспроможності національних економік.
<i>Мова викладання</i>	Українська

<i>Назва дисципліни</i>	Макро- та мікроекономічний аналіз ринку послуг
<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бричка Богдан Богданович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Восьмий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години, у т.ч.</i>	36
– лекцій	12
– лабораторних (практичних) занять	24
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з економічної теорії, аналізу поведінки споживача на ринку послуг, факторів ефективності підприємств сфери послуг, а також закономірностей попиту, пропозиції, та ринкової рівноваги на ринку послуг
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення ринкової рівноваги та впливу державного втручання на попит та пропозицію на ринку послуг; набуття навичок аналізу поведінки споживача та виробника та пошуку резервів удосконалення діяльності підприємства сфери послуг за результатами досліджень
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Попит на послуги та фактори його формування. 2. Аналіз пропозиції послуг та ринкової рівноваги на ринку. 3. Аналіз виторгу, витрат та максимізації прибутку. 4. Макроекономічні індикатори ефективності ринку послуг. 5. Влив податків та дотацій на ринкову рівновагу на ринку послуг. 6. Максимізація прибутку на ринку послуг
<i>Мова викладання</i>	Українська

Примітка: студенти, що навчаються за скороченою програмою, можуть на другому курсі вивчати будь-яку дисципліну з наведеного переліку. Крім того усі студенти можуть обирати вибіркові дисципліни, що пропонуються для здобувачів вищої освіти за іншими освітніми програмами усіх освітніх рівнів.