

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

Факультет економіки та менеджменту

КАТАЛОГ ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН


для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою
«Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
другого (магістерського) рівня

Вступ 2019 року

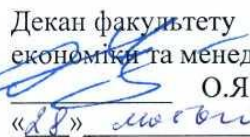
Львів 2019 р.

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією
спеціальності 075 – «Маркетинг»
Протокол № 2 від «26» листопада 2019 р.
Голова навчально-методичної
комісії спеціальності

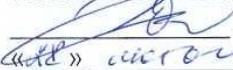
 С.І. Поперечний

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету
економіки та менеджменту
 О.Я. Гримак
«28» листопада 2019 р.


ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи Львівського національного
університету ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З.Гжицького

 І.В. Двильюк
«28» листопада 2019 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою
факультету економіки та менеджменту
Протокол № 1 від «28» листопада 2019 р.
Голова навчально-методичної
факультету

 С.І. Поперечний

ради

ДРУГИЙ СЕМЕСТР

Глобальна економіка

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у студентів знань про становлення та механізми функціонування глобальної економіки; вплив глобальних трансформацій економічної регіоналізації в глобальних умовах; цивілізаційні виміри глобальних економічних процесів; напрями і пріоритети розвитку української економіки в умовах глобалізації.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення передумов та чинників становлення глобальної економіки; конкурентних механізмів функціонування глобального ринку; принципів глобальної інституціоналізації економічного розвитку. Набуття навичок розробки стратегії діяльності корпорацій на глобальних ринках та методик ефективних бізнес-комунікацій у глобальній системі.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сучасна методологія глобалістики. 2. Становлення глобальної економіки. 3. Цивілізаційні виміри глобальних економічних процесів. 4. Суперечності і дуалізм сучасного етапу глобалізації. 5. Парадоксальна природа глобальних трансформацій. 6. Альтерглобалізм та його форми. 7. Регулятивні механізми глобальної економіки. 8. Міжнародні стратегії глобалізації. 9. Конкурентна стратегія розвитку України в умовах глобалізації.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Глобальні стратегії економічного розвитку

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у студентів знань про стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації; вплив міжнародних організацій на розробку стратегій; економічну політику держави щодо вибору пріоритетів розвитку в умовах глобалізації.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики функціонування глобальних ринків, особливостей національних та інтеграційних стратегій; набуття навичок дослідження кон'юнктури глобальних ринків, здійснення моніторингу ділової активності на різних фазах глобального економічного циклу, розробки корпоративних стратегій на глобальних ринках.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Генезис та сутність категорії «глобальна стратегія економічного розвитку». 2. Глобальний ринок: сутність, структура, функціонування. 3. Механізми функціонування глобального ринку товарів і послуг. 4. Світовий ринок товарів і послуг. 5. Національні та інтеграційні стратегії. 6. Стратегії розвитку країн транзитивної економіки в умовах глобалізації. 7. Стратегії макрорегіональних інтеграційних об'єднань.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Механізм функціонування світових ринків сільськогосподарської продукції

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про умови та механізми становлення і функціонування світових ринків сільськогосподарської продукції.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики функціонування світових ринків сільськогосподарської продукції, механізмів їх формування та розвитку.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	<p>Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність, функції, структура і механізми функціонування світових ринків сільськогосподарської продукції. 2. Економічні коливання та кон'юнктура світового ринку сільськогосподарської продукції. 3. Інфраструктура світового ринку сільськогосподарської продукції. 4. Світовий ринок продукції рослинництва. 5. Світовий ринок продукції тваринництва. 6. Експорт та імпорт сільськогосподарської продукції. 7. Перспективні сценарії світового ринку продовольства і сировини.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Венчурний бізнес

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
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 ризиковості проектів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 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

Бренд-менеджмент

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Сендецька Світлана Василівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про технології створення і управління брендами.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики брендингу, застосування методів наукового пізнання в брендинговій діяльності; освоєння методів і набуття практичних навичок брендингу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і значення бренд-менеджменту 2. Активи бренду 3. Маркетингові дослідження у бренд-менеджменті 4. Позиціонування бренду 5. Бренд-стратегії підприємства 6. Марочний капітал і його оцінювання
<i>Мова викладання</i>	Українська

Економічна безпека бізнесу

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Отримання знань про теоретичні і методичні основи аналізу та оцінки економічної безпеки підприємства; формування навичок запобігання ризиків підприємства та розробки антикризових заходів
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики оцінювання і запобігання економічних ризиків, управління економічною безпекою підприємства.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Бізнес і корупція: проблеми протидії. 2. Ризик та економічна безпека бізнесу. 3. Інформаційна безпека бізнесу. 4. Фіктивна та тіньова підприємницька діяльність як загроза економічній безпеці підприємства. 5. Недобросовісна конкуренція та промислове шпигунство в підприємницькій діяльності. 6. Побудова систем забезпечення економічної безпеки бізнес-структур.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Інноваційна аналітика господарської діяльності

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Набуття знань щодо методики проведення аналізу господарської діяльності підприємств на основі інноваційних підходів.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії і практики оцінювання господарської діяльності підприємства та його підрозділів через співставлення фактичних і можливих результатів в існуючому маркетинговому середовищі.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Організація аналізування господарської діяльності підприємства, його інформаційна база. 2. Методичні основи аналізування господарської діяльності підприємства у мінливому ринковому середовищі 3. Аналізування витрат на інноваційні процеси. 4. Аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах диверсифікації. 5. Аналіз стратегічної стійкості підприємства.. 6. Діагностика ймовірності банкрутства суб'єкта господарювання та шляхи його попередження.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Стратегічний аналіз бізнес-середовища

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи науково-теоретичних та практичних знань щодо стратегічного аналізу бізнес середовища, методологічних основ оцінки середовища реалізації проектів в умовах конкуренції.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Набуття теоретичних знань з аналізу бізнес середовища та навичок використання стандартних і спеціальних методів в системі стратегічного аналізу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Концептуальні засади теорії стратегічного аналізу бізнес середовища. 2. Аналіз середовища та конкурентних позицій підприємства. 3. Стратегічний аналіз структури капіталу та інвестицій. 4. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень. 5. Оцінка маркетингових стратегій в умовах глобалізації бізнесу. 6. Аналізування стратегічної позиції підприємства. 7. Генерування корпоративних стратегій та аналіз умов їх реалізації.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Інтернет-торгівля

<i>Спеціальність</i>	075-Маркетинг
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Оволодіння знаннями та навичками здійснення електронної комерції, використання інформаційних технологій в електронному бізнесі для виконання ділових операцій з використанням електронних засобів та електронних платіжних систем.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних і практичних засад Інтернет-торгівлі, типів електронних платежів, методів захисту інформації та набуття вмінь оцінювання стану електронної комерції для забезпечення конкурентних переваг для підприємства.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні поняття Інтернет-торгівлі та електронної комерції. 2. Маркетинг в Інтернет-торгівлі. 3. Електронний ринок на базі мережі Інтернет. 4. Електронна підтримка покупців в споживчому секторі. 5. Тактичні прийоми Інтернет-торгівлі. 6. Пошукова оптимізація та просування товарів в мережі Інтернет. 7. Електронні платіжні системи та фінансові інструменти. 8. Системи Інтернет-торгівлі в корпоративному секторі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Міжнародні канали розподілу

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань із закономірностей виникнення та механізмів функціонування міжнародних систем розподілу, набуття практичних навичок організації та управління міжнародними каналами розподілу товарів і послуг
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії і практики функціонування глобальних розподільчих мереж, вибору та використання міжнародних каналів розподілу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні засади управління міжнародними каналами розподілу 2. Планування, організація та контроль міжнародного каналу розподілу. 3. Правила INCOTERMS в міжнародній торгівлі. 4. Особливості міжнародних каналів розподілу товарів і послуг. 5. Регіональна специфіка міжнародних каналів розподілу. 6. Глобальні розподільчі мережі.
<i>Мова викладання</i>	Українська

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>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
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 основних 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

Фінансовий менеджмент

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Минів Роман Михайлович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про управління фінансами підприємств, оволодіння стратегією і тактикою вибору, обґрунтування та реалізація найбільш ефективних фінансових рішень в процесі управління.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії і практики управління фінансами підприємств, опанування методами аналізу фінансових звітів та розробки фінансових планів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні та організаційні основи фінансового менеджменту. 2. Аналіз фінансових звітів підприємства. 3. Комплексний аналіз фінансового стану підприємства. 4. Управління фінансовими інвестиціями. 5. Управління використанням прибутку. Дивідендна політика. 6. Управління банкрутством та фінансовою санацією підприємства.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Комунікативний менеджмент

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Минів Роман Михайлович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань щодо сутності комунікативного менеджменту як універсальної діяльності з вивчення, проектування, формування та розвитку комунікаційних систем.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Оволодіння методами управління інформаційною взаємодією підприємства в різних сферах предметної діяльності; вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту; оволодіння методами організації проведення комунікативних досліджень, розробки та здійснення комунікативної політики організації.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	<p>Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні та методологічні засади менеджменту комунікацій. 2. Засоби та бар'єри комунікацій у менеджменті. 3. Особливості управління комунікаціями на різних рівнях організаційного середовища. 4. Комунікативні технології побудови персонального та організаційного бренду. 5. Сфери прикладного застосування комунікативного менеджменту. 6. Специфіка формування внутрішніх комунікативних систем. 7. Управління зовнішніми системами комунікацій. 8. Організація ефективного комунікативного процесу в організаціях.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Організаційна поведінка

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Минів Роман Михайлович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	4,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про індивідуальні характеристики особистості, ефективну командну роботу в організації, тенденції організаційного розвитку, забезпечення організаційної культури..
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики розподілу праці в організації з урахуванням індивідуальних та групових реакцій на структурні зміни, розроблення політики оптимальної мобілізації людських ресурсів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Концепція організаційної поведінки. 2. Людина в системі організаційної поведінки. 3. Управління поведінкою індивіда. 4. Мотивація та винагорода. 5. Формування групової поведінки. 6. Управління командою. 7. Керівництво і лідерство . 8. Управління конфліктами і стресами. 9. Організаційна культура. 10. Управління організаційним розвитком.
<i>Мова викладання</i>	Українська

ТРЕТІЙ СЕМЕСТР

Логістичний менеджмент

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Поперечний Степан Іванович, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з матеріальних і відповідних їм інформаційних та фінансових потоків, набуття вмінь і навичок ефективного управління даними потоками.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ управління матеріальними потоками. Набуття навичок оптимізації логістичних потоків; створення ефективних логістичних ланцюгів руху матеріальних потоків; оцінювання ефективності функціонування логістичної системи.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і завдання логістичного менеджменту. 2. Концепція і методологічний апарат логістичного менеджменту. 3. Управління ланцюгом поставок. 4. Функції логістичного менеджменту. 5. Логістичний менеджмент в системі маркетингової діяльності. 6. Управління матеріальними потоками у сфері виробництва. 7. Управління матеріальними потоками у сфері обігу. 8. Логістичний підхід до обслуговування споживачів. 9. Управління складуванням та транспортуванням продукції. 10. Оцінювання ефективності функціонування логістичних систем.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Public relations

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Сендецька Світлана Василівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про паблік рилейшнз, як елемент системи маркетингових комунікацій, технологічні прийоми паблік рилейшнз та їх використання в маркетинговій діяльності сільськогосподарських і переробних підприємств, організаціях, що відносяться до фізичних елементів інфраструктури аграрного ринку.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення сутності та елементів паблік рилейшнз, набуття навичок їх використання для здійснення зв'язків підприємства з цільовою аудиторією і формування його іміджу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Паблік рилейшнз як інструмент системи інтегрованих маркетингових комунікацій. 2. Комунікативний простір як сфера дії паблік рилейшнз. 3. Громадська думка і паблік рилейшнз. 4. Комунікація і вплив на громадську думку. 5. Основні засоби і прийоми паблік рилейшнз 6. Вербальні і невербальні комунікації та їх використання в практиці PR. 7. Стратегії паблік рилейшнз. 8. Організація паблік рилейшнз.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Бенчмаркінг

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування теоретичних і прикладних знань про пошук і впровадження передового досвіду в діяльність підприємства.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії і практики використання концепції бенчмаркінгу для забезпечення ефективного підприємства в умовах ринкової економіки і конкуренції.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: 1. Поняття, види і принципи бенчмаркінгу. 2. Механізм бенчмаркінгового аналізу. 3. Методики бенчмаркінгу. 4. Системи бенчмаркінгових досліджень і бенчмаркінгової інформації. 5. Організація бенчмаркінгу. 6. Стратегічний бенчмаркінг.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Рекламний креатив

<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>	Сендецька Світлана Василівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про створення рекламних повідомлень і організацію рекламних кампаній для забезпечення їх максимальної комунікативної ефективності.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики розробки рекламних звернень та побудови рекламних кампаній з використанням комунікативних технологій рекламного креативу, набуття навичок рекламного дизайну і використання зображувальних засобів реклами.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і значення рекламного креативу. 2. Управління креативними процесами у рекламі. 3. Сучасні комунікативні технології у рекламі. 4. Стилїстика та структуралїзм у рекламному креативї. 5. Креатив рекламних текстїв. 6. Дизайн реклами. 7. Сценарїстика та режисура теле- і радіореклами. 8. Креативнї прийоми формування реклами.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Медіапланування

<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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань про медіапланування та його поєднання з комунікативними технологіями маркетингу, використання сучасних методів планування рекламних та PR- кампаній
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики оптимізації доведення рекламних повідомлень до цільової аудиторії, вибору оптимальної програми розміщення рекламних повідомлень у засобах масової інформації.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть, функції та завдання медіапланування. 2. Медіаплан й особливості його розробки. 3. Основні показники медіапланування. 4. Моделі медіапланування та процес вибору медіаносіїв. 5. Технологія медіапланування на радіо та телебаченні. 6. Технологія медіапланування в пресі, мережі Інтернет і зовнішній рекламі. 7. Оцінка ефективності медіапланування.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Основи мерчандайзингу

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Сендецька Світлана Василівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування у студентів знань про інструменти та технології мерчандайзингу.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії мерчандайзингу та навичок застосування його технологій для активізації попиту на товари.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	<p>Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і значення мерчандайзингу. 2. Теоретичні основи мерчандайзингу. 3. Організація внутрішнього простору магазину. 4. Мерчандайзингові підходи до формування та управління асортиментом товарів. 5. Викладка товарів на основі технологій мерчандайзингу. 6. Реклама як інструмент мерчандайзингу. 7. Особливості мерчандайзингу окремих груп товарів. 8. Організація системи мерчандайзингу.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Проектний аналіз

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи науково-теоретичних та практичних знань щодо аналізування і обґрунтування альтернативних проектних рішень для раціонального використання обмежених ресурсів.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Набуття теоретичних знань, вмінь та практичних навичок з підготовки і реалізації проектів на основі використання стандартних та спеціальних методів аналізу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та методологія проектного аналізу. 2. Життєвий цикл проекту. 3. Оцінка ефективності проекту. 4. Оцінка і прийняття проектних рішень в умовах ризику і невизначеності. 5. Маркетинговий аналіз проекту.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Стартап проєктування

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань та навичок з розробки Start-up проєктів для розвитку підприємництва шляхом реалізації креативних ідей.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики Start-up проєктування, оволодіння методиками проєктування, реалізації та активізації Start-up проєктів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та особливості Start-up проєктів. 2. Бізнес модель Start-up. 3. Маркетинговий план Start-up проєкту. 4. Розрахунок прибутковості проєкту. 5. Аналіз ризиків стартап проєктів. 6. Стадії життєвого циклу Start-up проєктів. 7. Правові аспекти розробки та реалізації Start-up проєктів. Інтелектуальна власність та патентування.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Цифровий маркетинг

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування знань з теорії та практики цифрового маркетингу; оволодіння необхідними практичними навичками роботи з базами даних і відповідними програмами, що забезпечують роботу користувачів в комп'ютерних мережах, а також зі спеціалізованими інформаційними технологіями та системами в сфері цифрового маркетингу.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення понять, систем, алгоритмів та загальних принципів побудови і функціонування сучасних систем цифрового маркетингу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі. 2. Поведінка споживачів в цифровому комунікативному середовищі. 3. Принципи діяльності сайту та його інформаційні можливості. 4. Пошукові системи в мережі Інтернет. Зовнішня пошукова оптимізація сайту. 5. Система комунікацій в цифровому маркетингу. Внутрішня пошукова оптимізація сайту. 6. Маркетинг у соціальних мережах. Основні сучасні соціальні мережі та їх контент. 7. Тематичні соціальні платформи, месенджери та блогосфера.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Цивільний захист та охорона праці у галузі

Спеціальність	075 - «Маркетинг»
Освітній ступінь	Магістр
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)	Ярошович Іван Григорович, старший викладач; Фреюк Дмитро Васильович, асистент
Семестр	Третій
Кількість кредитів ЄКТС	3,0
Форма контролю	Залік
Загальний опис дисципліни	
Мета вивчення дисципліни	Формування знань та умінь вирішення фахових завдання з обов'язковим дотриманням вимог охорони праці, відповідальності за особисту та колективну безпеку у повсякденних умовах та під час надзвичайних ситуацій.
Завдання вивчення дисципліни	Вивчення теорій та методів прогнозування надзвичайних ситуацій, визначення рівня ризику та обґрунтування комплексу заходів, спрямованих на їх відвернення; здійснення організаційних заходів щодо усунення потенційно небезпечних чинників і запобігання від нещасних випадків.
Короткий зміст дисципліни	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Нормативно-правові документи з питань охорони праці та цивільного захисту. 2. Основи фізіології, психології та гігієни праці. 3. Основи пожежної профілактики. 4. Сучасні теорії, методи і технології з прогнозування надзвичайних ситуацій та моделі їх розвитку. 5. Рівні ризику та заходи спрямовані на відвернення надзвичайних ситуацій. 6. Профілактика травматизму та професійних захворювань.
Мова викладання	Українська

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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Надання знань щодо теоретичних основ міжнародної конкуренції конкурентоспроможності підприємства, формування навичок дослідження міжнародної конкуренції та управління міжнародною конкурентоспроможністю на макрорівні 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 забезпечення стійких конкурентних позицій вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренція в системі ринкової економіки. 2. Конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку. 3. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства 4. Аналіз і оцінювання міжнародної конкурентоспроможності підприємства. 5. Мікростратегії забезпечення конкурентних переваг підприємства на зовнішньому ринку. 6. Система управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішньому ринку. 7. Сучасні моделі конкурентоспроможності національних економік.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях

<i>Спеціальність</i>	075 - «Маркетинг»
<i>Освітній ступінь</i>	Магістр
<i>Освітньо-професійна програма</i>	Маркетинг
<i>Лектор (відповідальний за навчально-методичне забезпечення дисципліни)</i>	Бабич Леся Володимирівна, к. е. н., доцент
<i>Семестр</i>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи знань щодо методології прогнозування соціально-економічних явищ та набуття практичних навичок використання методів прогнозування в маркетингових дослідженнях.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення методик прогнозування, застосування сучасного інструментарію для розробки прогнозів в маркетингових дослідженнях, оцінки достовірності та точності отриманих результатів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретичні та методологічні основи прогнозування. 2. Часові ряди та їх характеристика. 3. Прості методи прогнозування. 4. Екстраполяція трендів. 5. Моделювання як метод прогнозування. 6. Експертні методи прогнозування.
<i>Мова викладання</i>	Українська