ПРОТОКОЛ № 4

засідання навчально-методичної комісії за спеціальністю «Маркетинг»

від 26 червня 2019 року

ПРИСУТНІ: Поперечний С. І., завідувач кафедри маркетингу; Бабич Л. В. доцент кафедри маркетингу; Сендецька С. В., доцент кафедри маркетингу; Лютко О.В., студентка факультету економіки та менеджменту спеціальності «Маркетинг».

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Розгляд робочих програм навчальних дисциплін.

1. СЛУХАЛИ Поперечного С. І., який представив робочі програми навчальних дисциплін.

УХВАЛИЛИ рекомендувати для використання у навчальному процесі за першим (бакалаврським) рівнем робочі програми таких дисциплін: політекономія, мікроекономіка, макроекономіка, історія економіки та економічної думки, вища математика, теорія ймовірності і математична статистика, оптимізаційні методи та моделі, економетрика, інформатика, економіка підприємства, менеджмент, маркетинг, гроші і кредит, фінанси, бухгалтерський облік, економіка праці і соціально-трудові відносини, міжнародна економіка, статистика, соціологія, регіональна економіка, екологія, поведінка споживача, логістика, маркетингова товарна політика, маркетинг промислового підприємства, маркетингове ціноутворення, маркетинг послуг, маркетингові дослідження, маркетингова політика комунікацій, національна економіка, економічний аналіз, державне регулювання економіки, інфраструктура аграрного ринку, комерційна діяльність посередницьких підприємств, інформаційні системи і технології маркетингу, аграрна політика, економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві, психологія діяльності та навчальний менеджмент, комунікативні процеси у навчанні, методика викладання економіки, страхування, організація виробництва у сільськогосподарських підприємствах, організація виробництва на підприємствах м'ясо-молочної промисловості, товарознавство, біржі та біржова діяльність. Затверджено, також, робочу програму з виробничої практики.

Для використання у навчальному процесі за другим (магістерським) рівнем робочі програми таких дисциплін: соціальна відповідальність, інноваційний розвиток підприємства, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, маркетингова політика розподілу, маркетинг відносин, стратегічний маркетинг, товарна інноваційна політика, методологія прикладних досліджень у маркетингу, бренд-менеджмент, інтернет-торгівля, фінансовий менеджмент, глобальна економіка, логістичний менеджмент, проектний аналіз, рекламний креатив, цивільний захист та охорона праці в галузі. Затверджено робочу програму з дослідницько-аналітичної практики.

Голова засідання Поперечний С. І.

 Секретар Бабич Л. В.