

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

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

КАТАЛОГ ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН


**для студентів спеціальності 075 – «Маркетинг»
галузі знань – 07 «Управління та адміністрування»
другого (магістерського) рівня**

Вступ 2020 року

Львів - 2020

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО


Навчально-методичною комісією
спеціальності 075 – «Маркетинг»
Протокол № 2 від «3» березня 2020 р.
Голова навчально-методичної
комісії спеціальності

 С.І. Поперечний

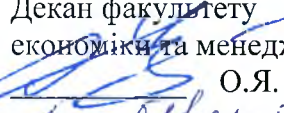
РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою
факультету економіки та менеджменту
Протокол № 1 від «5» березня 2020 р.
Голова навчально-методичної
факультету

ради

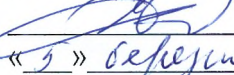
 С.І. Поперечний

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету
економіки та менеджменту
 О.Я. Гримак
«5» березня 2020 р.

ПОГОДЖЕНО

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

 І.В. Двильюк
«5» березня 2020 р.

2 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>	3,0
<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>	3,0
<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>	3,0
<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 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>	3,0
<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 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

Соціальна відповідальність

<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>	Березівська Оксана Ярославівна, к.е.н, доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Формування системи науково-теоретичних знань про соціальну відповідальність бізнесу, способи і механізми забезпечення соціально відповідальної поведінки.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення фундаментальних засад взаємодії бізнесу, суспільства та людини у сфері соціальної відповідальності як умови сталого розвитку суспільства.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Концептуальні основи розвитку корпоративної та соціальної відповідальності у бізнесі. 2. Соціальна та корпоративна відповідальність в системі управління організацією. 3. Формування відносин із працівниками на засадах соціальної та корпоративної відповідальності. 4. Соціально відповідальні відносини бізнесу з суспільством. 5. Параметри моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. 6. Концепція національної стратегії соціальної та корпоративної відповідальності бізнесу в Україні.
<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>	3,0
<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 темах: 1. Теоретичні основи економічної безпеки бізнесу 2. Загрози безпеки підприємницької діяльності 3. Реалізація інтересів бізнесу та фінансово-господарча діяльність підприємницьких структур 4. Організаційні аспекти служби безпеки підприємства. 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>	3,0
<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 темах: 1. Теоретичні основи економічної безпеки бізнесу 2. Загрози безпеці підприємницької діяльності 3. Реалізація інтересів бізнесу та фінансово-господарча діяльність підприємницьких структур 4. Організаційні аспекти служби безпеки підприємства. 5. Організація аналізування господарської діяльності підприємства, його інформаційна база. 6. Методичні основи аналізування господарської діяльності підприємства у мінливому ринковому середовищі 7. Аналізування витрат на інноваційні процеси. 8. Аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах диверсифікації. 9. Аналіз стратегічної стійкості підприємства.. 10. 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>	3,0
<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 темах: 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

Маркетингова політика 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>	Сендецька Світлана Василівна, к.е.н., доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<i>Форма контролю</i>	Залік
Загальний опис дисципліни	
<i>Мета вивчення дисципліни</i>	Отримання знань щодо дослідження, формування, конструювання та функціонування каналів розподілу; форм та методів роботи посередників у каналах; оптимізації витрат у процесі товарного руху з урахуванням вимог ринку та прибутковості діяльності суб'єктів господарювання.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теоретичних основ та набуття практичних навичок розробки і здійснення маркетингової політики розподілу.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу. 2. Товарний рух і механізми використання каналів розподілу. 3. Розподіл на агропромисловому підприємстві. 4. Гуртова та роздрібна торгівлі у каналах розподілу. 5. Державна закупівля та державне замовлення. 6. Вибір маркетингової політики і каналів розподілу. 7. Вибір оптимального каналу розподілу. 8. Конкуренція в каналах розподілу. 9. Управління товарним рухом.
<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>	3,0
<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: 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>	3,0
<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 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>	3,0
<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 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>	3,0
<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>	Зміст дисципліни розкривається в таких основних темах: <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>	3,0
<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 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

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 Володимирвна, к. е. н., доцент
<i>Семестр</i>	Другий
<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 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

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>	Другий
<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>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: <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

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>	Другий
<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 темах: <ol style="list-style-type: none"> 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

3 СЕМЕСТР

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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<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: 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

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 темах: 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

Ситуаційний менеджмент

<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>	Пенцак Тарас Григорович, 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 щодо прийняття управлінських рішень, заснованих на аналізі і прогнозуванні тенденцій розвитку конкретних ситуацій.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення технологій ситуаційного аналізу, оволодіння методикою прийняття ефективних рішень на основі ситуаційного підходу в умовах мінливого навколишнього середовища.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Сутність ситуаційного підходу 2. Ситуаційні змінні, реактивний менеджмент, ризики, та методи їх мінімізації 3. Аналіз проблемних ситуацій, ситуаційний аналіз, антикризове керування 4. Методи встановлення факторів, що визначають розвиток ситуації 5. Ситуаційні моделі прийняття управлінських рішень.
<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 темах: 1. Сутність і значення рекламного креативу. 2. Управління креативними процесами у рекламі. 3. Сучасні комунікативні технології у рекламі. 4. Стилїстика та структуралїзм у рекламному креативі. 5. Креатив рекламних текстів. 6. Дизайн реклами. 7. Сценарїстика та режисура теле- і радіореклами. 8. Креативні 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 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

Діловий протокол

<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>	Гринишин Галина Миколаївна, 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 знань та практичних навичок з етичних норм службового спілкування.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики службового спілкування відповідно до етичних норм
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Базові етикетні правила ділового спілкування. 2. Організація і ведення ділових переговорів. 3. Телефонне спілкування. 4. Етикетна атрибутика. 5. Візити і прийоми. 6. Національні особливості ділового спілкування у різних країнах світу. 7. Зовнішній вигляд (імідж) ділової людини. 8. Крос-культурна поведінка в бізнесі.
<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>	Третій
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3,0
<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 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

Стартап проектування

<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 проектів для розвитку підприємництва шляхом реалізації креативних ідей.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики Start-up проектування, оволодіння методиками проектування, реалізації та активізації Start-up проектів.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та особливості Start-up проектів. 2. Бізнес модель Start-up. 3. Маркетинговий план Start-up проекту. 4. Розрахунок прибутковості проекту. 5. Аналіз ризиків стартап проектів. 6. Стадії життєвого циклу Start-up проектів. 7. Правові аспекти розробки та реалізації Start-up проектів. 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 темах: 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 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-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>	Надання знань щодо теоретичних основ міжнародної конкуренції конкурентоспроможності підприємства, формування 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 забезпечення стійких конкурентних позицій вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках.
<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. 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

Децентралізація та місцеве самоврядування

<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>	Парубчак Іван Орестович, д.держ.упр, професор
<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 місцеве самоврядування, як суспільне явище, набуття умінь реалізації базових принципів публічного управління та місцевого самоврядування.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Ознайомлення з призначенням, функціями, повноваженнями, структурою місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування, вивчення технологій вирішення місцевих проблем на основі державно-адміністративної та самоврядної діяльності.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Становлення та розвиток місцевого самоврядування в Україні. 2. Роль і місце місцевого самоврядування в системі публічної влади в Україні. 3. Конституційна та законодавча основа місцевого самоврядування в Україні. 4. Законодавство для місцевого самоврядування. 5. Система органів місцевого самоврядування. формування, повноваження, особливості діяльності. 6. Місцеве самоврядування на районному та обласному рівнях. Особливості взаємовідносин органів та посадових осіб місцевого самоврядування з місцевими державними адміністраціями. 7. Акти органів місцевого самоврядування. 8. Врахування процедур регуляторної політики органами та посадовими особами місцевого самоврядування.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Електронне урядування та електронна демократія

<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>	Матвеева Мар'яна Петрівна, 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 про концептуальні засади електронного урядування та електронної демократії, набуття навичок впровадження системи електронного урядування.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Набуття теоретичних знань, вмінь та практичних навичок електронного урядування, оволодіння технологією його впровадження.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: 1. Концептуальні засади електронного урядування та електронної демократії. 2. Електронне урядування. 3. Основи електронної демократії. 4. Інструменти електронного урядування та електронної демократії. 5. Моніторинг та прогнозування розвитку електронного урядування. 6. Розробка та вдосконалення адміністративних процесів. 7. Електронні послуги. 8. Технології розвитку електронного урядування та електронної демократії.
<i>Мова викладання</i>	Українська

Політика сталого розвитку

<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>	Матвеева Мар'яна Петрівна, 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 теоретико-методологічних основ сталого розвитку.
<i>Завдання вивчення дисципліни</i>	Вивчення теорії та практики сталого розвитку, опанування основами методології розробки стратегій сталого розвитку, набуття навичок аналізу показників сталого розвитку.
<i>Короткий зміст дисципліни</i>	Зміст дисципліни розкривається в таких темах: <ol style="list-style-type: none"> 1. Теоретико-методологічні аспекти вивчення сталого розвитку 2. Роль міжнародної спільноти у формуванні та реалізації засад сталого розвитку 3. Системи оцінювання сталого розвитку. Індикатори та індекси 4. Сталий розвиток, технології та техногенна безпека 5. Економічне зростання і сталий розвиток 6. Екологічні проблеми в контексті сталого розвитку 7. Стратегічне планування та прогнозування діяльності на засадах сталого розвитку
<i>Мова викладання</i>	Українська