

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ  
РАДОЮ

Голова вченої ради

[підпис] / \_\_\_\_\_ /  
(протокол № 10 від «23» 04 2018 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09. 2018 р.

Ректор [підпис] / \_\_\_\_\_ /  
(наказ № 243-к від «23» 07 2018 р.)

Суми – 2018 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

**Проектна група у складі:**


Голова проектної групи,  
к.е.н., професор кафедри Статистики,  
АГД та маркетингу

 В.М. Жмайлов

Члени проектної групи:  
к.е.н., доцент, завідувач кафедри Статистики,  
АГД та маркетингу

 М.О. Лищенко

д.е.н., професор кафедри Статистики,  
АГД та маркетингу

 Ю.І. Данько

д.е.н., професор кафедри Статистики,  
АГД та маркетингу

 М.О. Соколов

Декан факультету економіки і менеджменту,  
к.е.н., професор

 Н.І. Строченко

Начальник навчального відділу

 Н.В. Колодненко

Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи, к.е.н., професор

 В.М. Жмайлов

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. **Строченко Наталія Іванівна**, кандидат економічних наук, професор, декан факультету економіки і менеджменту.
2. **Жмайлов Валерій Миколайович**, кандидат економічних наук, професор кафедри Статистики, АГД та маркетингу, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи Сумського НАУ.
3. **Лищенко Маргарита Олександрівна**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри Статистики, АГД та маркетингу.
4. **Данько Юрій Іванович**, доктор економічних наук, професор кафедри Статистики, АГД та маркетингу.
5. **Муштай Валентина Анатоліївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри Статистики, АГД та маркетингу .

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. **Гринь Дмитро Сергійович** – комерційний директор ТОВ «Ігесія» м.Суми
2. **Іваницька Надія Володимирівна** - директор регіонального офісу Східного РУ ПрАТ СК «ПЗУ України» Сумського регіону
3. **Замятіна Аніта Ігорівна** - директор туристичної компанії «GRAND VOYAGE»
4. **Зеннікова Анжела Миколаївна** - Керуючий групою відділень Сумського регіонального управління АТ «УкрСиббанк»
5. **Шевченко Денис Віталійович** - директор з постачання Концерну «Укрросметалл» м. Суми

## 4. ОПИС ПРОГРАМИ

### Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»

#### ПРЕАМБУЛА

Маркетинг є перспективною спеціальністю з підготовки висококваліфікованих та компетентних фахівців, яка охоплює повний спектр знань щодо розробки нових товарів, впровадження новітніх технологій, проведення ефективної рекламної компанії та створення позитивного іміджу підприємства. Потреба країни у висококваліфікованих спеціалістах, які у змозі заснувати та розвивати власний бізнес у сфері маркетингової діяльності, надавати якісні послуги щодо дослідження ринку, смаків та вподобань споживачів та здійснювати операції щодо просування та ефективного продажу продукції постійно зростає. Випускники цієї спеціальності зможуть реалізувати себе в різних сферах економічної діяльності та на підприємствах різних форм власності.

Маркетинг – це запорука успіху діяльності підприємства для тих, хто бажає розвиватися та впевнено підніматися кар’єрними сходами. За період навчання компетентні викладачі розкриють можливості та потенціал кожного, використовуючи власний як науково-педагогічний, так і практичний досвід.

Процес навчання ґрунтується на широкому використанні методів активізації всіх видів лекційних і практичних занять, рішення задач та досліджені передового досвіду підприємств.

Специфіка навчання повинна враховувати сучасні тенденції розвитку світової та вітчизняної економічної науки, орієнтована на підготовку компетентних фахівців, що володіють теоретичними знаннями і практичним умінням, дозволяє сформувати у майбутніх фахівців сучасну систему поглядів та спеціальні знання у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Назва галузі знань</b>	07 «Управління та адміністрування»
<b>Назва спеціальності</b>	075 «Маркетинг»
<b>Кваліфікація, що присвоюється</b>	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» Bachelor specialty «Marketing»
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
<b>Опис предметної області</b>	Цикл гуманітарної, природничо-наукової (фундаментальної) та загальноекономічної підготовки. Цикл професійно-орієнтованої підготовки. Дисципліни за вільним вибором студента
<b>Вищий навчальний заклад</b>	Сумський національний аграрний університет
<b>Обґрунтовувальна організація</b>	обґрунтовувати комісія України
<b>Період акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію спеціальності:
<b>Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання</b>	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності у неї повної загальної середньої освіти або ОС «Молодший бакалавр» за відповідним фахом

## МЕТА ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

<b>А</b>	<b>Мета освітньої програми</b>	Підготовка висококваліфікованих та компетентних фахівців в області маркетингу, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств, а саме керівників департаменту маркетингу, керівників підрозділів збуту та логістики, спеціалістів у сферах маркетингового менеджменту та маркетологів – аналітиків; спеціалістів із зв'язків з громадськістю та PR та спеціалістів з маркетингу, що мають практичні навички щодо прийняття ефективних управлінських та підприємницьких рішень у сфері ринкових відносин та маркетингу; у сфері застосування комп'ютерних технологій для вирішення транспортних задач логістичного характеру щодо просування продукції на ринку та задоволенні потреб споживачів; компетенції для розвитку комунікаційної політики підприємства та можливості працювати в команді з іноземними партнерами для розвитку власного бізнесу.
<b>В</b>	<b>Характеристика програми</b>	
	<b>Предметна область</b>	<i>Об'єктом вивчення є загальноекономічні та професійні знання, вміння та навички для виконання професійних функцій та вирішення обґрунтованих задач діяльності у сфері маркетингу, забезпечення обґрунтування аналізу маркетингової діяльності та пошуку механізмів підвищення їх ефективності та результативності.</i> <i>Цілі навчання:</i> - підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною прогнозною та аналітичною діяльністю та управлінням маркетингу на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності; набуття компетентностей з визначення пріоритетних напрямків розвитку маркетингової діяльності та її складових з можливістю міжнародного

		<p>співробітництва;</p> <p>- здатність використання набутих вмінь та знань з питань діяльності в практичній діяльності підприємств та організацій; формування та застосування комунікативних, соціально-психологічних й організаційно-економічних компетентностей.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області спрямований на інтеграцію фахової підготовки в області маркетингу, практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності підприємств усіх форм власності; оволодіння здобувачем: методами та технологіями проведення маркетингових досліджень, сегментування ринку та позиціонування товару на ринку, проведення діагностики конкурентоспроможності підприємства з застосуванням технології формування конкурентних переваг, навичками самостійної інтерпретації результатів маркетингового аналізу щодо створення позитивного іміджу підприємства, проведення SWOT-аналізу діяльності підприємства.</i></p>
	<b>Основний фокус програми та спеціалізації</b>	<p>Маркетингова діяльність як поведінка суб'єкта господарювання в ринковому середовищі для реалізації його економічних та соціальних інтересів. Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності.</p> <p><b>Ключові слова:</b> маркетинг-мікс, попит, споживач, ринок, маркетингове дослідження, комунікації.</p>
	<b>Орієнтація програми</b>	<p>Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу; уміння прогнозування і моделювання маркетингових процесів; оволодіння навичками сегментації і позиціонування; здатність формувати та управляти товарним асортиментом та номенклатурою продукції, впровадження оптимальної цінової політики; володіння навичками проектування і проведення рекламних кампаній, застосування засобів стимулювання збуту та обґрунтовувати оцінки результатів маркетингової діяльності підприємства за допомогою інструментів маркетингового контролю та аудиту.</p> <p>Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингової діяльності та орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра: Маркетинг, Публічне управління та адміністрування, Менеджмент організацій і адміністрування, Логістика, Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.</p>
	<b>Особливості та відмінності</b>	<p>На освітню програму розповсюджуються всі академічні і професійні права студентів, в тому числі право академічної мобільності, практика тощо.</p>
<b>С</b>	<b>Академічні та професійні права студентів</b>	
<b>Академічні права студентів</b>		
(регламентується Постановою КМУ № 579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12 серпня 2015 року)		
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Сумським національним аграрним університетом та університетами України економічного спрямування	
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Сумським національним аграрним університетом та іноземними навчальними закладами-партнерами	
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе після вивчення курсу української мови	
<b>Професійні права випускників</b>		
(регламентуються Національним класифікатором професій ДК 003:2010)		
<b>Професійна назва роботи</b>	Агент з нерухомості, ріелтер, торговець (власність), торговець нерухомістю, агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, закупник, брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів, агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, керівник та замісник керівника підприємств, установ та організацій; керівник департаменту маркетингу, керівник	

		підрозділів збуту й логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівників підрозділу з маркетингових досліджень; помічник керівника підприємства (установи, організації), помічник керівника виробничого підрозділу, помічник керівника іншого основного підрозділу, помічник керівника малого підприємства без апарату управління, спеціаліст у сферах маркетингового менеджменту та маркетинголог-аналітик; спеціаліст із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліст з маркетингу.
<b>Подальше навчання</b>		Магістерська програма спеціальностей «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка», «Логістика».
<b>D</b>	<b>Стиль та методика викладання</b>	
1.	<b>Підходи до викладання та навчання</b>	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Застосовується комбінація лекцій – мультимедійних та інтерактивних, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, використанням кейс-методів, упровадженням інформаційно-комунікаційних технологій на основі інтернету, проведення ділових ігор, тренінгів, що розвивають навички та творчі здібності маркетингологів, уміння працювати в команді.
2.	<b>Форми контролю</b>	Усні та письмові екзамени, екзаменаційний перегляд, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт (проектів), захист кваліфікаційної роботи, комплексний державний екзамен тощо.
<b>E</b>	<b>Програмні компетентності</b>	
	<b>Інтегральна компетентність</b>	- здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі професійного навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингової науки, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.
	<b>Загальні компетентності</b>	- здатність до проведення аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів. Уміння аналізувати і структурувати проблему підприємства і розробляти рішення (впровадження новітніх технологій, нарощування обґрунтовув продукції, завойовання нових сегментів ринку); - здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх знань; - здатність до самостійної роботи та самостійного прийняття рішення, здатність нести відповідальність за їх реалізацію; - здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання; - здатність породжувати нові ідеї, ініціативність та дух підприємництва; - здатність до формування світогляду, розуміння принципів розвитку суспільства ; - здатність до застосування набутих знань на практиці; - здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань взятих обов'язків; - здатність здійснювати пошук та аналізувати інформацію з особистих та нейтральних джерел походження; уміння будувати комунікаційну мережу для обміну інформації; - мати навички щодо використання інформаційних і комунікативних технологій, пакетів прикладних обґрунтованих економіко- методичних методів та моделей; - мати дослідницькі навички та вміння їх застосувати; - мати навички розроблення та управління бізнес-проектами; - уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні рішення; - уміння ефективно спілкуватися на професійному, культурному та соціальному рівнях; - здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово; - уміння обґрунтовувати управлінські рішення та забезпечувати

	альтернативні варіанти їх вирішення;
	- здатність висловлювати власну політичну позицію;
	- уміння працювати як індивідуально, так і в команді;
	- креативність, здатність до системного мислення;
	- формування системи знань щодо засад організації і планування комерційної діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання та набуття відповідних практичних навичок та вмінь.
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>	- здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення з урахуванням творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності;
	- здатність формувати і обробляти необхідну інформаційну базу щодо аналізу конкурентного маркетингового середовища діяльності підприємства;
	- здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку;
	- здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складовими;
	- здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, вміння розраховувати його місткість та визначати прогнозні показники збуту продукції; вміння проводити аналіз поведінки споживачів та конкурентів з урахуванням конкурентного середовища;
	- здатність розробляти бізнес-плани реалізації підприємницьких намірів та інвестиційних проектів;
	- здатність проводити стратегічний аналіз підприємства та формувати альтернативні стратегічні напрями розвитку діяльності підприємства;
	- здатність до моделювання поведінки організації та споживача з урахуванням особливостей формування комплексу маркетингу ;
	- здатність виявлення та обґрунтування пріоритетних напрямків організації власного бізнесу;
	- здатність оцінювати інноваційну складову та її вплив на конкурентоспроможність підприємства;
	- здатність розраховувати економічну ефективність проектів, оцінювати альтернативи з урахуванням ризиків;
	- здатність критично аналізувати і узагальнювати концепції, положення предметної області сучасного маркетингу;
	- здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу;
	- здатність до розуміння функціонування та використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності;
	- здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів;
	- здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
	- здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності;
	- формування системи спеціальних знань щодо формування та зберігання споживчих властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, асортименту та вміння їх оцінювати;
	- здатність до організації системи збуту та обґрунтувань;
	- здатність до розрахунку та прогнозування цінової політики підприємства – система знижок, надбавок та обґрунтувати цінових стратегій;
- уміння інтерпретувати різноманітні засоби просування продукції в контексті маркетингових комунікацій;	
- здатність до використання маркетингових технологій управління та особливостей їх застосування в міжнародному маркетингу.	
<b>F</b>	<b>Програмні результати навчання</b>
<b>Знання</b>	- здатність продемонструвати знання і розуміння в області загальних



	<p>функцій управління маркетинговою діяльністю;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність продемонструвати знання інструментів маркетингового дослідження ринку та вміння їх застосувати;</li> <li>- здатність продемонструвати поглиблені знання щодо визначення конкурентоспроможності товару і запропонувати заходи щодо її підвищення;</li> <li>- здатність продемонструвати знання та розуміння методологій проектування, відповідних нормативних документів, чинних стандартів і технічних умов;</li> <li>- здатність продемонструвати знання сучасного стану справ та новітніх технологій в галузі маркетингу;</li> <li>- здатність продемонструвати розуміння впливу управлінських рішень в суспільному, економічному, соціальному і екологічному контексті;</li> <li>- здатність продемонструвати знання щодо формування маркетингової стратегії розвитку підприємства.</li> </ul>
<b>Уміння</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- застосовувати знання і розуміння для ідентифікації, формулювання і вирішення економічних задач по управлінню маркетинговою діяльністю, використовуючи відомі методи;</li> <li>- визначати способи аналізу та передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;</li> <li>- застосовувати знання і розуміння для розв'язання практичних задач щодо синтезу та аналізу, які характерні обраній спеціалізації;</li> <li>- виявляти та аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів;</li> <li>- використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;</li> <li>- застосувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;</li> <li>- ефективно працювати як індивідуально, так і у складі команди;</li> <li>- поєднувати теорію і практику, а також приймати рішення та виробляти стратегію діяльності для вирішення завдань спеціальності (спеціалізації) з урахуванням загальнолюдських цінностей, суспільних, державних та виробничих інтересів;</li> <li>- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, ґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного та методичного інструментарію маркетингових складових;</li> <li>- виконувати відповідні експериментальні дослідження та застосовувати дослідницькі навички за професійною тематикою;</li> <li>- оцінювати отримані результати та аргументовано захищати прийняті маркетингові рішення;</li> <li>- набувати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичними та самокритичними;</li> <li>- підвищувати рівень особистої професійної підготовки;</li> <li>- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;</li> <li>- оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною та іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</li> </ul>
<b>Комунікація</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- показувати соціальну значущість своєї майбутньої професії;</li> <li>- володіти високою мотивацією до виконання професійної діяльності;</li> <li>- демонструвати володіння іноземною мовою під час спілкування з представниками обраної професії;</li> <li>- уміння спілкуватись, включаючи усну та письмову комунікацію</li> </ul>

	<p>українською мовою та однією з іноземних мов (англійською, німецькою, італійською, французькою, іспанською);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність використання різноманітних методів, зокрема інформаційних технологій, для ефективно спілкування на професійному та соціальному рівнях;</li> <li>- змінювати особисте ставлення до процесів і явищ, якщо це сприяє розвитку справи;</li> <li>- ілюструвати результати проведених досліджень перед аудиторією та організувати їх обговорення.</li> </ul>
<p><b>Автономія і відповідальність</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- здатність адаптуватись до нових ситуацій та можливість приймати рішення;</li> <li>- здатність усвідомлювати необхідність навчання впродовж усього життя з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань;</li> <li>- здатність відповідально ставитись до виконуваної роботи та досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики;</li> <li>- здатність демонструвати розуміння основних засад охорони праці та безпеки життєдіяльності та їх застосування.</li> </ul>

## 5. ВІДПОВІДНІСТЬ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ПРОГРАМНИМ КОМПЕТЕНТНОСТЯМ ТА РЕЗУЛЬТАТАМ НАВЧАННЯ

### Спеціальність 075 «Маркетинг» ОС «Бакалавр» Перелік навчальних дисциплін нормативної частини ОП за циклами

Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
<b>Цикл загальної підготовки</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розуміє проблематику основних розділів філософії, особливості та логіку розвитку історико-філософського процесу, володіє категоріальним апаратом філософії.</li> <li>2. Має навички критичного осмислення навколишнього світу, самостійного аналізу складних явищ суспільного та особистого життя, уміє генерувати ідеї та вирішувати важливі проблеми на інноваційній основі.</li> <li>3. Вміє формувати власні цінності, власну світоглядну та громадянську позицію.</li> <li>4. Виявляє готовність до соціальної взаємодії на ґрунті загальноприйнятих моральних та правових норм.</li> <li>5. Пов'язує філософські проблеми із розв'язанням актуальних завдань економічної теорії та практики, вміє аналізувати соціально-економічні проблеми буття.</li> </ol>	Філософія
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає зміст історії та культури України та їх органічний зв'язок, проблематичні питання вітчизняної історії, основні поняття та категорії навчальної дисципліни, етапи становлення вітчизняної історії та її політичний контекст</li> <li>2. Вміє досліджувати фактичний матеріал, робити обґрунтовані висновки, висловлювати аргументовану позицію стосовно дискусійного моменту вітчизняної історії, аналізувати й застосовувати документальні дані та наукову літературу, поєднувати матеріал з тематикою інших історичних дисциплін.</li> </ol>	Історія України та української культури
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Володіє нормами літературної мови у професійній сфері, фаховою термінологією у своїй галузі, створює різні види документів.</li> <li>2. Вміє правильно використовувати різноманітні мовні засоби залежно від професійної діяльності, правильно висловлюватися в різних мовленнєвих ситуаціях.</li> </ol>	Українська мова (за професійним спрямуванням)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає і розуміє природу, потреби та цілі іншомовної комунікації.</li> <li>2. Вміє читати літературу для отримання інформації.</li> <li>3. Здатен використовувати лексику у процесі активного повсякденного спілкування.</li> <li>4. Вміє користуватися лексикою; граматиною, необхідною для монологічних та діалогічних висловлювань у межах тематики курсу.</li> <li>5. Здатен використовувати іноземну мову вільно й спонтанно, не відчуваючи браку мовних засобів для вираження думки.</li> </ol>	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає принципи розвитку та функціонування політичних систем країн світу та України, закономірності становлення та діяльності основних політичних інститутів суспільства, принципи функціонування виборчої та партійних систем.</li> <li>2. Володіє практичними навичками щодо аналізу та оцінки політичної ситуації.</li> <li>3. Вміє висловлювати власну політичну позицію у різних формах політичної участі, протистояти політичним маніпуляціям та зловживанням влади з боку інших осіб.</li> </ol>	Політологія
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Володіє категоріальним апаратом економічної теорії та її методологією дослідження, засвоїти навички роботи з навчальною та спеціальною літературою з економічної теорії.</li> <li>2. Вміє аналізувати: економічні відносини між людьми у процесі господарської діяльності; проблеми, пов'язані з розвитком соціально-економічних відносин, економічної політики та державного регулювання ринкової економіки.</li> <li>3. Застосовує методи економічної теорії при дослідженні елементів господарського механізму.</li> <li>4. Вміє оцінювати вплив зовнішніх факторів та глобальних процесів на національну економіку та діяльність вітчизняних господарюючих суб'єктів.</li> <li>5. Володіє практичними навичками щодо прийняття обґрунтованих рішень щодо економічних проблем, пов'язаних з практичною діяльністю.</li> </ol>	Загально – теоретична дисципліна (політекономія )
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Володіє термінологією мікроекономіки, засвоїти навички роботи з навчальною і спеціальною літературою з мікроекономічних проблем.</li> <li>2. Застосовує методику і засоби мікроекономічного аналізу.</li> <li>3. Знає загальні принципи й основні моделі раціональної поведінки мікроекономічних суб'єктів з урахуванням ринкової кон'юнктури та економічної політики держави.</li> <li>4. Вміє аналізувати поведінку економічних суб'єктів та використовувати мікроекономічні моделі для прийняття управлінських рішень в умовах обмежених ресурсів та альтернативних можливостей їх використання.</li> <li>5. Використовує здобуті навички мікроекономічного аналізу у вивченні прикладних дисциплін, що базуються на мікроекономічній теорії.</li> </ol>	Мікроекономіка
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Володіє термінологією макроекономіки, засвоїти навички роботи з навчальною і спеціальною літературою з макроекономічних проблем.</li> <li>2. Застосовує методику і засоби макроекономічного аналізу.</li> <li>3. Знає загальні принципи й основні моделі функціонування національних ринків, поведінки макроекономічних суб'єктів, зовнішньоекономічної діяльності країни та економічної політики держави.</li> <li>4. Вміє на основі основних макроекономічних моделей аналізувати поточний стан та тенденції розвитку національної економіки; оцінювати можливі наслідки реалізації певного курсу економічної політики держави.</li> <li>5. Застосовує отримані знання для визначення макроекономічних чинників, що впливають на діяльність підприємства, організації та державної установи.</li> <li>6. Використовує здобуті навички макроекономічного аналізу у вивченні прикладних дисциплін, що базуються на макроекономічній теорії.</li> </ol>	Макроекономіка
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає основні історичні факти та події, що характеризують становлення та розвиток господарств країн Європейської цивілізації; зміст основних шкіл та напрямків економічної думки, в яких знайшли відображення закономірності</li> </ol>	Історія економіки та економічної думки

<p>господарського розвитку країн Європейської цивілізації;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Володіє категоріальним апаратом дослідження історичного розвитку господарства.</li> <li>3. Вміє аналізувати економічні процеси на різних етапах розвитку Європейської цивілізації, визначити місце та роль національних економік у системі світового господарства, виявляти взаємозв'язок та спадкоємність економічної політики держав з теоретичними концепціями минулого та сучасності.</li> </ol>	
Математика для економістів:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Володіє мовою математичних понять, уміє здійснювати математичні дії над числами, символами, множинами, функціями.</li> <li>2. Вміє оперувати рівняннями, нерівностями, функціями.</li> <li>3. Володіє основними розрахунковими математичними інструментами: логічними поняттями, поняттями комбінаторики, лінійною алгеброю, статистикою та ін.</li> <li>4. Вміє ставити проблеми, розв'язувати їх, робити аналіз одержаних результатів.</li> </ol>	вища математика
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вміє створювати математичні моделі стохастичних експериментів, соціально-економічних і природничих експериментів.</li> <li>2. Вміє користуватися основними методами статистики: розробляти програми статистичних обстежень, систематизувати і групувати статистичні дані, визначати фактори, які формують рівень, варіацію і розвиток суспільних явищ, аналізувати тенденції розвитку і взаємозв'язків секторів ринкової економіки.</li> <li>3. Застосовує отримані результати досліджень для обґрунтування управлінських рішень та прогнозування перспектив розвитку.</li> <li>4. Володіє практичним застосуванням різних підходів до побудови ймовірнісного простору.</li> <li>5. Вміє використовувати послідовну процедуру прийняття рішень (Байєсівський підхід).</li> <li>6. Знає схеми незалежних випробувань.</li> <li>7. Знає закони розподілу та числові характеристики випадкових величин.</li> </ol>	теорія ймовірності та математична статистика
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вміє формулювати задачі лінійного програмування (ЗЛП), основні теореми про екстремум лінійної форми на многогранних множинах.</li> <li>2. Вміє формулювати задачі нелінійного програмування та вміти застосувати методи щодо їх розв'язання (множники Лагранжа, графічний, лінеаризації, чисельні).</li> <li>3. Вміє будувати моделі економічних задач та знаходити їх оптимальні плани за допомогою використання засобів обчислювальної техніки.</li> <li>4. Знає основні методи розв'язання задач лінійного програмування (ЗЛП) (симплексний, графічний, М-метод, двоїтий симплексний метод).</li> <li>5. Знає основні методи розв'язання спеціальних ЗЛП (транспортної ЗЛП – розподільчий метод, метод потенціалів; цілочисельної – алгоритм Гоморі).</li> <li>6. Знає теореми подвійності в ЛП.</li> <li>7. Знає основні задачі і методи дробово-лінійного та динамічного програмування.</li> </ol>	математичне програмування
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Володіє основними принципами та інструментарієм постановки задач, побудови оптимізаційних економіко-математичних моделей, методів їх розв'язування та аналізу з метою використання в економіці.</li> <li>2. Вміє застосовувати оптимізаційні моделі у практиці управління економічними процесами на різних ієрархічних</li> </ol>	Економіко – математичні методи та моделі: оптимізаційні моделі та методи

<p>рівнях національної економіки.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Володіє практичними методами та навичками щодо оптимізації економічних процесів за допомогою оптимізаційних моделей.</li> <li>4. Вміє реалізувати оптимізаційні моделі за допомогою комп'ютерних програм, проводити їх аналіз та рекомендувати результати до застосування на практиці.</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає теоретико-методологічну базу економіко-математичного моделювання.</li> <li>2. Володіє методами та засобами оцінки параметрів залежностей, які характеризують кількісні взаємозв'язки між економічними величинами.</li> <li>3. Вміє застосовувати економетричні моделі у практиці управління економічними процесами на різних ієрархічних рівнях національної економіки</li> <li>4. Володіє практичними методами та навичками щодо прогнозування економічних процесів за допомогою економетричних моделей.</li> <li>5. Вміє реалізувати економетричні моделі за допомогою комп'ютерних програм, проводить їх аналіз та рекомендує результати до застосування на практиці.</li> </ol>	Економетрика
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Орієнтується в складових сучасної обчислювальної техніки; архітектурі персональних комп'ютерів та принципах їх роботи.</li> <li>2. Використовує текстові, табличні і графічні редактори при підготовці документації, використовує сучасні технології ефективного збереження та захисту даних.</li> <li>3. Забезпечує збереження та захист інформації.</li> <li>4. Застосовує чисельні методи обчислень при вирішенні фахових задач.</li> <li>5. Володіє технологією створення алгоритмів розв'язків задач професійного спрямування.</li> </ol>	Інформатика
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає фонетику, лексику, словотвір, граматику іноземної мови в обсягах, передбачених програмою.</li> <li>2. Володіє правилами міжособистісної та міжкультурної професійної комунікації.</li> <li>3. Володіє усними комунікаціями іноземною мовою в межах лексичного мінімуму та тематики, передбачених робочою навчальною програмою.</li> <li>4. Володіє письмовими комунікаціями, а саме – написання творів, рефератів на професійну тематику, анотації до тексту за фахом, укладання термінологічних словників за спеціальністю, складання текстів презентацій;</li> <li>5. Вміє читати, розуміє та перекладає автентичну фахову літературу.</li> </ol>	Англійська мова
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає теоретико-методологічну базу основ сучасної психології, принципи побудови професіографії у різних галузях.</li> <li>2. Вміє визначати коло проблем, що досліджуються сучасними психологами, складати професіограму різних професій; визначати принципи побудови сучасних психологічних досліджень.</li> </ol>	Психологія
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає права, свободи та обов'язки людини і громадянина в Україні, систему державних органів та органів місцевого самоврядування, відносини, які регулюються різними галузями права.</li> <li>2. Знає діюче законодавство України, яке регулює відносини таких галузей права, як трудове, конституційне, кримінальне, адміністративне, шлюбно-сімейне, екологічне.</li> <li>3. Знає порядок захисту порушених прав і свобод людини і громадянина, поняття і види відповідальності по діючому</li> </ol>	Правознавство

<p>законодавству України.</p> <p>4. Вміє правильно застосувати норми діючого законодавства України, захистити себе від порушень прав і законних інтересів іншими суб'єктами.</p>	
<p>1. Знає основні поняття, засади та принципи наукового дослідження; методологію, методи, логіку та прийоми наукового дослідження.</p> <p>2. Знає сутність координації комплексних наукових досліджень.</p> <p>3. Знає стандарти щодо оформлення результатів наукових досліджень.</p> <p>4. Вміє формулювати та актуалізувати економічні проблеми, обґрунтовувати шляхи та способи їх вирішення;</p> <p>5. Вміє формулювати робочі гіпотези та визначати методи їх перевірки; організувати збір необхідної для дослідження інформації.</p> <p>6. Вміє самостійно проводити аналіз науково-методичної літератури та узагальнювати результати наукових шкіл.</p> <p>7. Вміє оцінювати ефективність впровадження результатів наукових досліджень; відображати наукові результати у формах звітів, рефератів, статей, тез доповідей.</p>	<p>Основи наукових досліджень</p>
<p>1. Знає теоретичні основи організації виробництва і торгівлі; організацію комплексної підготовки виробництва і торгівлі та процес організаційного проектування та раціоналізації виробничих і торгівельних систем.</p> <p>2. Знає організацію діяльності підрозділів основного виробництва і торгівлі та виробничої інфраструктури підприємства.</p> <p>3. Вміє впроваджувати заходи, спрямовані на гармонійне поєднання типів і методів організації виробництва і торгівлі з метою забезпечення оптимізації виробничих та торгівельних процесів, ефективного використання їх основних елементів та досягнення високих виробничих і економічних показників у діяльності підприємства.</p> <p>4. Вміє обґрунтувати організаційні та торгівельні заходи із забезпечення зростання продуктивності праці шляхом дотримання рекомендацій з її організації, високої якості виробленої продукції та її конкурентоспроможності.</p> <p>5. Вміє брати участь у розробленні та економічному обґрунтуванні доцільності впровадження організаційних проектів з розвитку виробничих систем і торгівлі підприємства.</p>	<p>Система технологій виробництва і торгівлі</p>
<p>1. Знає сутність, цілі, напрями діяльності кооперативних формувань.</p> <p>2. Знає види кооперативних формувань, їх організаційну структуру.</p> <p>3. Знає організацію діяльності кооперативів; організаційно-економічний механізм діяльності кооперативних формувань.</p> <p>4. Вміє застосовувати законодавчі акти і нормативні документи в процесі створення та діяльності кооперативів.</p> <p>5. Вміє оформляти відповідні установчі документи, договори, замовлення.</p> <p>6. Вміє визначати результати виробничо-фінансової діяльності та розробляти заходи щодо її покращення.</p>	<p>Організація та кооперація підприємницької діяльності</p>
<p>1. Знає понятійний апарат, що застосовується у господарському праві; поняття, методи та систему господарського права як галузі законодавства.</p> <p>2. Знає порядок створення та реєстрації суб'єктів підприємництва; види суб'єктів господарської діяльності.</p> <p>3. Вміє аналізувати норми господарського права; здійснювати їх пошук та систематизацію.</p> <p>4. Вміє складати проекти локальних актів у сфері господарської діяльності.</p> <p>5. Вміє виявляти ознаки порушення господарського законодавства.</p> <p>6. Вміє консультувати з питань господарської діяльності.</p> <p>Вміє вести договірну та претензійну роботу.</p>	<p>Господарське право</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає теоретико-методологічну базу маркетингового планування і проведення маркетингового аудиту та контролю на підприємстві (основні принципи, програми та методи маркетингового планування, основні види маркетингових планів та контролю в сучасних умовах господарювання).</li> <li>2. Використовує специфічні методи, прийоми та інструментарії маркетингу для проведення розрахунку планових та контрольних показників ефективної діяльності підприємства</li> <li>3. Володіє практичними вміннями та навичками щодо розробки окремих розділів маркетингового плану діяльності та економічного розвитку підприємства.</li> </ol>	Маркетингове планування і контроль на підприємстві
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає роль та призначення аналізу господарської діяльності, методи та прийоми, види економічного аналізу, методику аналізу результатів господарської діяльності та методику аналізу з використанням міжнародних стандартів.</li> <li>2. Знає основні джерела одержання економічної інформації, методику опрацювання бухгалтерської звітності для цілей аналізу та особливості структуризації інформаційної бази</li> <li>3. Знає методи та показники для проведення аналізу основних засобів та оборотних активів підприємства; матеріальних, трудових та фінансових ресурсів; виробничої, інвестиційної та інноваційної діяльності підприємства, а також величини та структури витрат підприємства і собівартості реалізованої продукції</li> <li>4. Вміє застосовувати існуючі методики проведення економічного аналізу та діагностики для оцінки виробничо-господарської діяльності підприємства, стану його майна, результативності та ефективності діяльності на ринку</li> <li>5. Вміє виявляти проблеми, вузькі місця в діяльності підприємства, внутрішні резерви підвищення ефективності, якості роботи персоналу та шляхи їх використання;</li> <li>6. Вміє використовувати результати проведеного аналізу для формування висновків і прийняття управлінських рішень по підвищенню ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства</li> </ol>	Аналіз господарської діяльності
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає роль, основні методи формування, функції цін, особливості державної політики щодо формуванні ціни, нормативно-правові акти щодо ціноутворення, вплив економічних процесів на формування цін, основні чинники, які впливають на формування цін.</li> <li>2. Володіє методами формування цін на товари та послуги в різних галузях народного господарства.</li> <li>3. Вміє аналізувати основні чинники формування цін на підприємстві, планувати цінову політику, класифікувати види цін, встановлювати ціну на основі калькуляції.</li> </ol>	Ціни та ціноутворення
<b>Цикл професійної підготовки</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає теоретико-методологічну базу економіки підприємства (господарський механізм його функціонування).</li> <li>2. Вміє аналізувати систему чинників, що впливають на ефективність функціонування підприємства, виявляти закономірності здійснення виробничих процесів.</li> <li>3. Використовує прийоми та методи виявлення резервів підвищення ефективності формування та використання ресурсів підприємства.</li> <li>4. Володіє практичними вміннями та навичками щодо розрахунків системи техніко-економічних показників, розробляє та обґрунтовує напрями підвищення ефективності діяльності підприємства.</li> </ol>	Економіка підприємства
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розробляє набір конкретних інструментів управління організаціями з урахуванням їх особливостей, ситуативних характеристик внутрішнього й зовнішнього середовища організації.</li> </ol>	Менеджмент



<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Складає проект організації з використанням методики стратегічного управління та знаходить оптимальні важелі його реалізації на основі практичного оперування спеціальним економічним інструментарієм менеджменту організації.</li> <li>3. Будує логічно-структурні схеми інформаційного та інвестиційного забезпечення організаційних підсистем, шукає їх слабкі ланки та розробляє пропозиції з удосконалення менеджменту організації.</li> <li>4. Проводить обґрунтування вибору певних засобів ризик-менеджменту та антикризового управління в організації з використанням методики фінансового та проектного аналізів.</li> <li>5. Адаптує прогресивний зарубіжний досвід менеджменту організації в практику управління організаціями в Україні.</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність та концепції розвитку маркетингу та визначити його значення в діяльності підприємства</li> <li>2. Знає основні характеристики сучасного маркетингу</li> <li>3. Знає закономірності управління маркетингом на підприємстві та особливості різних концепцій маркетингової діяльності</li> <li>4. Розуміє роль сегментації та відбору цільових ринків у діяльності підприємства</li> <li>5. Знає класифікацію методів маркетингових досліджень та методичні та організаційні основи управління продукцією підприємства</li> <li>6. Знає законодавчі та нормативно-правові засади рекламної діяльності та комунікаційної політики підприємства</li> <li>7. Вміє ідентифікувати існуючі методики оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства і розраховувати її рейтинг</li> <li>8. Вміє визначати необхідні напрями просування продукції і переконувати споживачів в її унікальних перевагах;</li> <li>9. Вміє розробляти програму опитування, розраховувати обсяг і структуру вибірки респондентів, сегментувати ринок, позиціонувати товар на ринку</li> <li>10. Вміє прогнозувати наслідки та аналізувати попит на товари підприємства на окремому ринку</li> <li>11. Вміє аналізувати рекламний бюджет, проведення рекламної кампанії, розуміти й аналізувати причини утворення дефіциту бюджету</li> <li>12. Вміє застосовувати накопичений світовий досвід в сфері маркетингових досліджень.</li> </ol>	Маркетинг
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає основні терміни та категорії, основні законодавчі та нормативні акти, якими регламентуються питання про НБУ.</li> <li>2. Знає порядок регулювання діяльності банків в Україні.</li> <li>3. Вміє використовувати основні законодавчі та нормативні акти, які регламентують порядок для вирішення стереотипних, евристичних та 8 діагностичних завдань.</li> <li>4. Вміє аналізувати та оцінювати сучасний стан грошової системи суспільства.</li> <li>5. Вміє планувати процеси формування та розвитку ринку фінансових послуг та його окремих сегментів та інститутів; розраховувати основні економічні параметри фінансових послуг та нормативів діяльності різних фінансових інститутів.</li> <li>6. Вміє організовувати фінансовий моніторинг на ринку фінансових послуг.</li> </ol>	Гроші та кредит
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає основи теорії фінансів, закономірності їх функціонування на мезо- макро- і мікрорівнях як теоретичної основи фінансової політики і розвитку фінансової системи.</li> <li>2. Володіє методами аналізу відхилень фактичних результатів від планових; методами діагностики фінансово-</li> </ol>	Фінанси

<p>господарської діяльності підприємства.</p> <p>3. Вміє здійснювати розрахунки основних фінансових показників, здійснювати оцінку прибутковості продукції підприємства, визначати фінансові результати діяльності підприємства, розраховувати плату за користування кредитом підприємства.</p>	
<p>1. Знає сутність, методологію та принципи організації бухгалтерського обліку, економічну суть господарських операцій, що здійснюються в процесі господарської діяльності господарюючих суб'єктів.</p> <p>2. Вміє застосовувати в практичній діяльності основні принципи та методи бухгалтерського обліку при реєстрації фактів господарської діяльності, їх фіксації в первинних документах, працювати з нормативно-правовою базою стосовно питань бухгалтерського обліку, групувати господарські засоби та джерела їх утворення.</p>	Бухгалтерський облік
<p>1. Знає специфічні риси функціонування ринку праці в Україні, сутність моніторингу соціально-трудої сфери, форми та системи оплати праці, особливості планування, організації та контролю оплати праці, вплив МОП на розвиток соціально-трудоих відносин.</p> <p>2. Вміє аналізувати форми та системи оплати праці, приймати рішення щодо розподілу колективного заробітку та виробничих завдань, проводити атестацію робітників та визначати рівень їх кваліфікації.</p>	Економіка праці та соціально – трудові відносини
<p>1. Знає базові категорії і функціональні взаємозв'язки в міжнародній економіці; закономірності формування сукупного попиту й сукупної пропозиції на товари й фактори виробництва.</p> <p>2. Знає механізми, методи й форми регулювання міжнародної економіки, специфіку їх реалізації, інституційну структуру регулювання міжнародної економіки, принципи її формування, тенденції розвитку і напрямки вдосконалення.</p> <p>3. Вміє використовуючи теоретичну базу в області міжнародної економіки, та знання механізмів і методів МЕВ, навчитися з успіхом застосовувати їх на практиці для роботи в умовах ринку, у т.ч. міжнародного.</p> <p>4. Вміє аналізувати динаміку розвитку міжнародних економічних відносин; показники розвитку національної і світової економіки; тенденції змін розвитку міжнародних фінансових, валютних ринків та валютно-фінансових механізмів, що обслуговують функціонування міжнародної економіки.</p>	Міжнародна економіка
<p>1. Знає наукові принципи організації статистичної служби в Україні; сутність статистики як науки та галузі практичної діяльності; основні поняття та категорії статистики; методи збирання, обробки, аналізу статистичної інформації.</p> <p>2. Вміє організовувати та проводити статистичні дослідження; систематизувати статистичні дані; будувати статистичні таблиці та графіки; розраховувати та аналізувати статистичні показники.</p>	Статистика
<p>1. Знає теоретико-методологічну базу соціології, закономірності виникнення, розвитку і функціонування суспільства.</p> <p>2. Вміє характеризувати соціологічний підходи до культури, освіти, праці та управління; пояснювати появу феномену особистості, аналізувати конкретні процеси щодо формування нових економічних та політичних структур, зміни в системі цінностей.</p>	Соціологія
<p>1. Знає теоретичні основи регіональної економіки і раціонального природокористування; методи проведення регіональних і екологічних досліджень; сучасні особливості, проблеми, перспективи розвитку і територіальної організації міжгалузевих господарських комплексів і економічних районів України;</p> <p>2. Знає методологію і методику розрахунків і збирання платежів за використання природних ресурсів, відшкодування збитків внаслідок антропогенного впливу.</p>	Регіональна економіка

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Знає проблеми інтеграції господарства України у світову економіку, фактори сталого розвитку країни, міжнародні аспекти природоохоронної діяльності.</li> <li>4. Вміє аналізувати рівні розвитку регіонів, розраховувати показники спеціалізації, комплексності і ефективності територіальної організації господарства; оцінювати ефективність розміщення виробництва; виконувати розрахунки з оцінки ефективності природоохоронної діяльності.</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інтерпретує положення нормативно-правових документів з охорони праці щодо застосування їх в своїй професійній діяльності.</li> <li>2. Визначає оптимальні умови і режими праці, організації робочих місць на основі сучасних технологічних та наукових досягнень в галузі охорони праці.</li> <li>3. Обґрунтовано обирає безпечні режими та параметри виробничих процесів і систем (в галузі діяльності).</li> <li>4. Розробляє заходи з профілактики виробничого травматизму та професійної захворюваності.</li> <li>5. Визначає основні принципи щодо організації діяльності робочого колективу з урахуванням вимог охорони праці.</li> </ol>	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає основні категорії та підходи до дослідження поведінки споживачів;</li> <li>2. Знає фактори внутрішнього та зовнішнього впливу на поведінку споживачів;</li> <li>3. Знає практичні навички роботи зі споживачем та управління його поведінкою;</li> <li>4. Знає етапи процесу прийняття рішення споживачами;</li> <li>5. Вміє визначати напрями дій в організаціях, базуючись на дослідженнях поведінки споживачів;</li> <li>6. Вміє аналізувати дії споживача на кожному з етапів процесу прийняття рішення та визначати фактори впливу на поведінку споживачів;</li> <li>7. Вміє оцінювати реакцію покупців та у відповідності до цього приймати управлінські рішення;</li> <li>8. Вміє змоделювати навички у дослідженні поведінки споживачів.</li> </ol>	Поведінка споживача
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність логістики та вміє визначити її значення в діяльності підприємства;</li> <li>2. Знає основні етапи розвитку логістичної діяльності на підприємстві та об'єкти логістичного управління;</li> <li>3. Знає класифікацію матеріальних, фінансових та інформаційних потоків та вміє описати логістичне середовище підприємства;</li> <li>4. Знає закономірності управління логістичною діяльністю на підприємстві та вміє оцінити роль та значення логістичної системи у діяльності підприємства;</li> <li>5. Вміє застосувати навички оцінки економічної ефективності та наслідки здійснення логістичних рішень;</li> <li>6. Вміє визначити методичний інструментарій розроблення та реалізації завдань логістики;</li> <li>7. Вміє продемонструвати вміння розробляти пропозиції щодо форматування та удосконалення логістичних систем та механізмів їх функціонування;</li> <li>8. Вміє встановити основні напрями взаємодії факторів внутрішнього та зовнішнього логістичного середовища підприємства та спроєктувати його вплив на стан та особливості господарської діяльності.</li> </ol>	Логістика
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає зміст товарної політики підприємства та показники якості продукції;</li> </ol>	Маркетингова товарна політика

<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Знає як визначати конкурентоспроможність товару та поняття рейтингу товару та методи його обчислення; знає поняття імідж товару і чинники, що його визначають; стратегії диверсифікації товарної політики;</li> <li>3. Знає поняття про життєвий цикл товару та етапи розробки нових товарів; знає поняття товарної марки та значення упаковки в системі планування продукту;</li> <li>4. Вміє складати розгорнуту схему асортименту продукції та визначати якість товару;</li> <li>5. Вміє розрахувати конкурентоспроможність товару та визначати рейтинг товару;</li> <li>6. Вміє охарактеризувати етапи розробки нових товарів та використовувати вчення про життєвий цикл товару в практиці маркетингової діяльності.</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність та особливості розвитку маркетингу промислового підприємства як сучасної стратегії управління виробництвом і збутом промислової продукції</li> <li>2. Знає науково-теоретичні і практичні аспекти в дослідженні ринків промислових товарів і послуг, поведінки різних категорій промислових покупців, у формуванні та реалізації маркетингової стратегії і тактики промислового підприємства в сучасних ринкових умовах,</li> <li>3. Вміє адаптувати світові теоретичні здобутки у сфері маркетингу до сучасних умов діяльності вітчизняних промислових підприємств.</li> </ol>	Маркетинг промислового підприємства
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає теоретичні засади та категоріальний апарат розробки маркетингової цінової політики підприємства;</li> <li>2. Знає сутність та механізм використання цінових та нецінових методів конкуренції;</li> <li>3. Знає класифікації цін в залежності від ознак, які покладені в основу групування</li> <li>4. Знає відмінності маркетингового підходу до ціноутворення від класичної теорії цін</li> <li>5. Знає стратегічну структурність та стратегічну процесуальність циклу ціноутворення, послідовності його етапів та їх нормативної структури;</li> <li>6. Вміє розробляти гнучку тактику ціноутворення з урахуванням різнопланових факторів;</li> <li>7. Вміє розрахувати ціни виробництва та складати калькуляції роздрібною ціни</li> <li>8. Вміє розрахувати індекси цін та використовувати індекси для проектування цін; визначати короткострокові, середньострокові та довгострокові цілі для розробки цінової стратегії</li> <li>9. Вміє встановлювати пріоритети в процесі розробки цінової стратегії та розраховувати вірогідні реакції системи на зміну попиту</li> </ol>	Маркетингове ціноутворення
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність та цілі маркетингу послуг; знає складові маркетингу-мікс послуг; знає технології надання та отримання послуг; знає стратегії та цілі комунікацій в сфері послуг;</li> <li>2. Вміє досягати поставлених цілей, вирішувати довгострокові стратегічні завдання, проникати на нові ринки, виводити на них нові послуги і пристосовуватися до змінних умов ринкової кон'юнктури.</li> <li>3. Вміє використовувати технології надання та отримання послуг; вміє завойовувати прихильність споживачів та користуватися маркетинговим інструментарієм у сфері послуг;</li> <li>4. Вміє здійснювати планування, реалізацію і контроль рекламування послуг.</li> </ol>	Маркетинг послуг

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність маркетингових досліджень та їх функції; сутність джерел, складу та структури інформаційного забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві;</li> <li>2. Знає способи програмування маркетингових досліджень на підприємстві та процесу дослідження ринку;</li> <li>3. Знає напрямки дослідження товару, цін, збуту та комунікацій;</li> <li>4. Вміє обробляти та інтерпретувати результати маркетингових досліджень та обирати об'єкти маркетингових досліджень;</li> <li>5. Вміє обирати та застосовувати адекватні методи досліджень; вміє формувати бази даних для вирішення стратегічних і поточних управлінських завдань;</li> <li>6. Вміє використовувати сучасні методи збору, обробки, передачі, зберігання та використання управлінської інформації; вміє використовувати сучасні інформаційні технології для підтримки індивідуальної діяльності і комп'ютеризації процесу управління.</li> </ol>	Маркетингові дослідження
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність, мету та завдань комунікаційної політики; знає складові елементи комунікації;</li> <li>2. Знає роль реклами у комунікаційній політиці та методи організації персональних продажів;</li> <li>3. Знає форми стимулювання продажів та сутність зв'язків з громадськістю;</li> <li>4. Знає принципи організації комунікаційної діяльності на підприємствах;</li> <li>5. Вміє обирати найбільш ефективні засоби комунікації та розробляти макети носіїв реклами;</li> <li>6. Вміє розробляти фірмовий стиль підприємства; вміє здійснювати персональний продаж та організувати ярмарки та виставки;</li> <li>7. Вміє оцінювати ефективність комунікаційної діяльності підприємства та сформулювати ключове і додаткові комунікаційні повідомлення для різних сегментів цільової аудиторії;</li> <li>8. Вміє впливати на потенційних клієнтів, що знаходяться на різних стадіях рішення про покупку.</li> </ol>	Маркетингові комунікації
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає склад задач та функції автоматизованого обліку; принципи побудови інформаційних систем в маркетинговій діяльності, їх призначення та можливості; структуру та основні складові частини інформаційних систем і технологій в маркетингу; склад програмного та технічного забезпечення інформаційних систем та технологій в маркетингу; методологію в умовах автоматизованої обробки інформації; перспективи розвитку інформаційних систем та технологій в маркетингу.</li> <li>2. Володіє процесом налаштування користувача та програми «Маркетинг, менеджмент підприємства».</li> <li>3. Вміє визначити найбільш ефективні форми використання комп'ютерної техніки в інформаційних системах обліку.</li> <li>4. Вміє працювати з програмою «1С: Підприємство», інтегрувати компоненти «1С: Підприємство» з офісними додатками для вирішення нестандартних завдань обліку, здійснювати постановку завдань щодо зміння конфігурації системи «1С», розробляти концептуальні вимоги щодо конфігурування систем автоматизації в маркетинговій діяльності, аудиту та економічного аналізу.</li> </ol>	Інформаційні системи і технології в маркетингу
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вивчення сутності організаційних форм підприємств ті їх значення в процесі торговельного обслуговування населення.</li> <li>2. Вивчення основних форматів магазинів та їх роль в процесі товароруху.</li> </ol>	Економіка торгівлі

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Вміє виконувати аналіз ефективності використання торговельних площ різних типів магазинів.</li> <li>4. Знає основні показники якості торговельного обслуговування та їх використання в практичній діяльності підприємств; умови використання форм роздрібно торгівлі в залежності від спеціалізації та місця розташування магазинів; вивчення сутності та значення маркетингової політики розподілу.</li> <li>5. Вміє аналізувати маркетингове середовище підприємства; виконувати аналіз ефективності асортиментної та цінової політики підприємства; розробляти пропозиції з підвищення її ефективності.</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає сутність основних понять, категорій та підходів до системи управління маркетингом;</li> <li>2. Знає поняття аграрного ринку та механізм його функціонування та основні напрямки комплексного вивчення ринку сільськогосподарської продукції і стратегічні підходи до методів її поширення;</li> <li>3. Знає основи проведення маркетингових досліджень та інформаційного забезпечення аграрного ринку; знає системи та стратегії ціноутворення на продукцію сільського господарства;</li> <li>4. Знає підходи до формування попиту і пропозиції сільськогосподарської продукції, сутність її конкурентоспроможності та маркетингові підходи до діяльності підприємств на зовнішньому ринку сільськогосподарської продукції;</li> <li>5. Вміє організувати маркетингову діяльність сільськогосподарського підприємства; вміє розробляти заходи та здійснювати маркетингове дослідження ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її промислової переробки;</li> <li>6. Вміє розробляти організаційно-економічні підходи щодо створення системи ціноутворення на сільськогосподарському підприємстві та здійснювати аналіз планування маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства;</li> <li>7. Вміє формувати товарний асортимент аграрного підприємства та визначати його ефективність;</li> <li>8. Вміє організувати діяльність маркетингової служби сільськогосподарського підприємства, формувати її завдання та функції, розраховувати ефективність функціонування.</li> </ol>	Аграрний маркетинг
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає об'єкти маркетингового аудиту та методологію проведення маркетингового аудиту;</li> <li>2. Знає основні етапи організації маркетингового аудиту; знає кому і коли потрібен та основні принципи маркетингового аудиту; знає спеціальні маркетингові аналітичні методи та інструменти; знає критерії вибору суб'єктів проведення маркетингового аудиту та обмеження маркетингового аудиту;</li> <li>3. Знає роль аудиту маркетингу в управлінні збутовою діяльністю та яким чином за допомогою результатів маркетингової перевірки можливо підвищити ефективність діяльності підприємств.</li> <li>4. Вміє визначити роль маркетингового аудиту в системі управління підприємством та</li> <li>5. Класифікувати види маркетингового контролю; Вміє визначити основні інформаційні джерела</li> <li>6. маркетингового аудиту планувати та організувати аудиторську перевірку маркетингової діяльності підприємства (самоаудит та із залученням зовнішнього консультанта);</li> <li>7. Вміє проводити аудит маркетингової діяльності підприємства та узагальнювати результати проведення маркетингового аудиту;</li> <li>8. Вміє визначити потенційні напрями розвитку маркетингової діяльності підприємства та прогнозувати можливі фінансові результати.</li> </ol>	Маркетинговий аудит

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає місце ринку цінних паперів у структурі фінансового ринку; знає критерії класифікації цінних паперів; суб'єктів фондового ринку та функції, які вони виконують; знає складові процесу маркетингового дослідження на ринку цінних паперів.</li> <li>2. Знає порядок розрахунку вартості цінних паперів; види портфелів цінних паперів; принципи формування інвестиційного портфеля; методи діагностики привабливості цінних паперів.</li> <li>3. Вміє орієнтуватися у видах цінних паперів, їх системних ознаках та особливостях застосування.</li> <li>4. Вміє вміти використовувати методи оцінки надійності та дохідності цінних паперів; вміє розраховувати їх вартісні та кількісні показники; засвоїти основні види операцій, які здійснюються з цінними паперами на біржовому та позабіржовому ринках.</li> <li>5.</li> </ol>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Знає місце ринку цінних паперів у структурі фінансового ринку; знає критерії класифікації цінних паперів; суб'єктів фондового ринку та функції, які вони виконують; знає складові процесу маркетингового дослідження на ринку цінних паперів.</li> <li>7. Знає порядок розрахунку вартості цінних паперів; види портфелів цінних паперів; принципи формування інвестиційного портфеля; методи діагностики привабливості цінних паперів.</li> <li>8. Вміє орієнтуватися у видах цінних паперів, їх системних ознаках та особливостях застосування.</li> <li>9. Вміє вміти використовувати методи оцінки надійності та дохідності цінних паперів; вміє розраховувати їх вартісні та кількісні показники; засвоїти основні види операцій, які здійснюються з цінними паперами на біржовому та позабіржовому ринках.</li> <li>10.</li> </ol>	Маркетинг цінних паперів
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає основи економічної теорії транспорту,</li> <li>2. Знає транспортні особливості базисних умов постачань,</li> <li>3. Знає правові положення щодо перевезень зовнішньоторговельних вантажів, загальні принципи формування транспортних тарифів у ЗЕД, методи оцінки ефективності перевізників.</li> <li>4. Вміє оцінювати та здійснювати вибір транспортного перевізника,</li> <li>5. Вміє оптимізувати маршрути перевезення, робити калькуляцію витрат на міжнародне перевезення вантажу у залежності від виду транспорту.</li> <li>6.</li> </ol>	Міжнародні транскордонні перевезення
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знає основні принципи й правила побудови комерційних стратегій; основи роботи пошукових систем;</li> <li>2. Знає основи роботи систем просування сайтів; типи та формати даних; програмне забезпечення для роботи з web-документами; основи web-дизайну; основи форматування документів для мережі інтернет; основи мови розмітки; основи каскадних таблиць стилю</li> <li>3. Вміє впевнено використовувати програмне забезпечення для обробки графічних даних;</li> <li>4. Вміє користуватися службами глобальної мережі інтернет для просування торгових марок та продуктів;</li> <li>5. Вміє вільно використовувати пакети програм для роботи з web- документами, для ефективного розв'язання фахових завдань; уміння використовувати можливості сучасних локальних комп'ютерних мереж для колективної роботи та спільного використання ресурсів.</li> </ol>	Електронна комерція

## 6. ПЕРЕЛІК ДИСЦИПЛІН ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

### Спеціальність 075 «Маркетинг» ОС «Бакалавр»

Перелік навчальних дисциплін нормативної частини ОП за циклам

Назва навчальної дисципліни	Мінімальна кількість навч. годин/ кредитів вивчення дисципліни
<b>Цикл гуманітарної підготовки</b>	
ГП 1 Філософія	90 / 3
ГП 2 Історія України та української культури	120 / 4
ГП 3 Українська мова (за професійним спрямуванням)	90 / 3
ГП 4 Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	150 / 5
ГП 5 Політологія	90 / 3
<b>Всього</b>	<b>540 / 18</b>
<b>Дисципліни природничо-наукової (фундаментальної) підготовки</b>	
ПНЗЕ 1 Загально – теоретична дисципліна (політекономія )	150 / 5
ПНЗЕ 2 Мікроекономіка	120 / 4
ПНЗЕ 3 Макроекономіка	120 / 4
ПНЗЕ 4 Історія економіки та економічної думки	150 / 5
ПНЗЕ 5 Математика для економістів: вища математика	360 / 12
теорія ймовірн. та мат. статистика	180 / 6
математичне програмування	90 / 3
ПНЗЕ 6 Економіко – математичні методи та моделі: оптимізаційні моделі та методи	210 / 7
економетрика	120 / 4
ПНЗЕ 7 Інформатика	90 / 3
<b>Всього</b>	<b>1290 / 43</b>
<b>Дисципліни загально-професійної підготовки</b>	
ПП 1.1 Економіка підприємств	120 / 4
ПП 1.2 Менеджмент	120 / 4
ПП 1.3 Маркетинг	300 / 10
ПП 1.4 Гроші та кредит	120 / 4
ПП 1.5 Фінанси	120 / 4
ПП 1.6 Бухгалтерський облік	120 / 4
ПП 1.7 Економіка праці та соціально – трудові відносини	120 / 4
ПП 1.8 Міжнародна економіка	120 / 4
ПП 1.9 Статистика	120 / 4
ПП 1.10 Соціологія	90 / 3
ПП 1.11 Регіональна економіка	120 / 4
ПП 1.12 Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	120 / 4
ПП 1.13 Поведінка споживача	150 / 5
ПП 1.14 Логістика	150 / 5
ПП 1.15 Маркетингова товарна політика	150 / 5
ПП 1.16 Маркетинг промислового підприємства	150 / 5
ПП 1.17 Маркетингове ціноутворення	150 / 5
ПП 1.18 Маркетинг послуг	120 / 4
ПП 1.19 Маркетингові дослідження	150 / 5
ПП 1.20 Маркетингові комунікації	120 / 4
<b>Всього</b>	<b>2730 / 91</b>



**Спеціальність 075 "Маркетинг" ОС «Бакалавр»**  
Перелік навчальних дисциплін варіативної частини ОП за циклами

Назва навчальної дисципліни	Мінімальна кількість навч. годин / кредитів вивчення дисципліни
<b>Дисципліни гуманітарної підготовки</b>	
ВСГП 1 Англійська мова	90 / 3
ВСГП 2 Психологія	90 / 3
ВСГП 3 Правознавство	90 / 3
ВСГП 4 Основи наукових досліджень	90 / 3
<b>Всього</b>	<b>360 / 12</b>
<b>Дисципліни природничонаукової та загальноекономічної підготовки</b>	
ВСГП 1 Системи технологій виробництва і торгівлі	120 / 4
ВСГП 2 Організація та кооперація підприємницької діяльності	90 / 3
ВСГП 3 Господарське право	90 / 3
ВСГП 4 Маркетингове планування і контроль на підприємстві	90 / 3
ВСГП 5 Аналіз господарської діяльності	120 / 4
ВСГП 6 Ціни і ціноутворення	90 / 3
<b>Всього</b>	<b>720 / 24</b>
<b>Дисципліни циклу професійної підготовки</b>	
ПП 1 Інформаційні системи і технології в маркетингу	90 / 3
ПП 2 Економіка торгівлі	90 / 3
ПП 3 Аграрний маркетинг	90 / 3
ПП 4 Маркетинговий аудит	120 / 4
ПП 5 Маркетинг цінних паперів	90 / 3
ПП 6 Міжнародні транскордонні перевезення	90 / 3
ПП 7 Електронна комерція	120 / 4
<b>Всього</b>	<b>690 / 23</b>