

**ВИБІРКОВІ БЛОКИ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН  
ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ,  
ЩО ФОРМУЮТЬ ЇХ ПРОФЕСІЙНЕ СПРЯМУВАННЯ В МЕЖАХ  
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»**

<i>Спрямування «Маркетинг»</i>			
№	Назва дисципліни	Кафедра	Мова викладання
1	Управління інноваціями	Організації виробництва, бізнесу та менеджменту	українська
2	Інформаційні системи і технології в маркетингу	Кібернетики	українська
3	Аграрний маркетинг та ринки сільськогосподарської продукції	Економіки та маркетингу	українська
4	Статистика	Обліку та аудиту	українська
5	Цінова політика	Економіки та маркетингу	українська
6	Електронна комерція	Кібернетики	українська
7	Економіка та організація інноваційної діяльності	Економіки та маркетингу	українська
8	Економіка якості	Економіки та маркетингу	українська
9	Фінанси підприємства	Обліку та аудиту	українська
10	Економіка праці та соціально-трудова відносини	Економіки та маркетингу	українська

<i>Спрямування «Маркетинг інновацій»</i>			
№	Назва дисципліни	Кафедра	Мова викладання
1	Управління інноваціями	Організації виробництва, бізнесу та менеджменту	українська
2	Інформаційні системи і технології в маркетингу	Кібернетики	українська
3	Управління інтелектуальним капіталом	Організації виробництва, бізнесу та менеджменту	українська
4	Статистика	Обліку та аудиту	українська
5	Цінова політика	Економіки та маркетингу	українська
6	Маркетинг інновацій	Економіки та маркетингу	українська
7	Економіка та організація інноваційної діяльності	Економіки та маркетингу	українська
8	Патентування	Організації виробництва, бізнесу та менеджменту	українська
9	Фінанси підприємства	Обліку та аудиту	українська
10	Економіка сільського господарства	Економіки та маркетингу	українська

## АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ ТА РИНКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з економіки підприємства, основ маркетингу, інфраструктури товарних ринків.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Дисципліна «Аграрний маркетинг та ринки с.-г. продукції» **буде корисна** майбутнім фахівцям економічних та технічних спеціальностей для набуття знань з організації й управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств аграрної сфери, а також оволодіння навичками організації маркетингової діяльності на окремих об'єктових ринках сільськогосподарської продукції.

Маркетинг являє собою філософію ведення бізнесу або вид діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів за рахунок якнайповнішого використання результатів дослідження ринку та відповідного удосконалення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик підприємства; залучення новітніх маркетингових технологій; формування та реалізації конкурентних та маркетингових стратегій для забезпечення максимізації прибутку.

Дисципліна «Аграрний маркетинг та ринки с.-г. продукції» спрямована на формування у студентів знань та умінь щодо визначення потреб й поведінки споживачів на обраних ринках, дослідження маркетингової інфраструктури, вивчення мікро- та макросередовища підприємств, прикладного використання отриманих результатів при формуванні товарного асортименту, цінових стратегій, рекламної діяльності та засобів просування товарів на ринок, каналів товаророзподілу, моделювання організаційно-економічного механізму розвитку маркетингової діяльності на перспективу а також визначення рівня конкурентоспроможності аграрного підприємства та його продукції. Закінчується вивчення курсу розробкою проектів запровадження маркетингу у діяльність окремих аграрних підприємств.

**Вивчення дисципліни дає можливість студенту:**

- розуміти базові категорії та зміст маркетингової діяльності, а також сутність й особливості аграрного маркетингу;
- розуміти важливість ролі маркетингу в системі управління при формуванні стратегій та моделей розвитку підприємств сфери агробізнесу;
- набути теоретичних знань щодо формування й реалізації маркетингової діяльності та розробки маркетингових систем у підприємствах сфери аграрного виробництва;
- набути практичних навичок при розробці комплексу маркетингових заходів, формування товарної та цінової політик підприємств, заходів з товаропросування та ефективного товаророзподілу;
- застосовувати новітні методи та технології при проведенні маркетингових досліджень ринків сільськогосподарської продукції, особливостей формування споживчої поведінки, аналізу конкурентів для прогнозування напрямів розвитку на довгострокову перспективу;
- вміти використовувати нормативні документи, розуміти прояв соціально-економічних явищ, аналізувати взаємозв'язки між різними функціональними сферами бізнесу;
- підвищувати рівень професійної компетентності на основі комплексного використання отриманих теоретичних знань та практичних навичок.

**Мета та основні завдання дисципліни:**

**Метою** вивчення дисципліни є формування системи знань та умінь про сутність аграрного маркетингу й особливості формування маркетингової діяльності для різних господарюючих суб'єктів, які функціонують на ринку сільськогосподарської продукції, з метою підвищення результативності їх основної діяльності та забезпечення конкурентоспроможного розвитку на довгострокову перспективу.

**Задачами** вивчення дисципліни є:

- формування системи знань щодо ролі та місця аграрного маркетингу в сфері аграрного виробництва;

- формування маркетингового комплексу при запровадженні в діяльність аграрних підприємств;
- дослідження мікро- та макросередовища підприємств, а також особливості їх функціонування при виході на окремі ринки сільськогосподарської продукції (сегментування ринків, аналіз потенційних споживачів, конкурентів тощо);
- розробка системи управління маркетингом на підприємстві в розрізі товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик;
- формування товарного асортименту та систем ціноутворення на основі проведеного маркетингового дослідження ринку;
- організація заходів щодо ефективного товаропросування та товаророзподілу продукції аграрних підприємств;
- обґрунтування стратегічних моделей розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств на перспективу.

***Компетентність, що забезпечує:***

*Загальні:* вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань; здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.

*Спеціальні (фахові):* бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу; здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом; здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування; здатність розробляти маркетингову стратегію суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків; здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.

***Трудомісткість:***

3 кредити, 90 годин, залік

## ЦІНОВА ПОЛІТИКА

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з мікро- та макроекономіки, економіки підприємства, стратегічного менеджменту, маркетингу.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Цінова політика» дає можливість майбутнім фахівцям оволодіти навичками формування конкурентоспроможної цінової політики підприємства та розробки обґрунтованої стратегії ціноутворення.

Цінова політика – це дисципліна, яка досліджує загальні закономірності управління процесом ціноутворення на рівні підприємства, встановленні (визначенні) цін, що забезпечують виживання підприємства в ринкових умовах, і включає вибір методу ціноутворення, розробку цінової стратегії.

Закінчується вивчення курсу порівнянням цінової політики підприємств та державне регулювання цін в Україні та розвинених країнах

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- застосовувати методологію ціноутворення для обґрунтування цін на конкретну продукцію (послуги) підприємства;
- розробляти варіанти цінової політики та цінової стратегії в залежності від різних зовнішніх і внутрішніх умов і обґрунтовувати вибір на основі критеріїв ефективності;
- скорегувати сформовану цінову політику організації в ході її реалізації з урахуванням реальної ситуації, що складається на ринку;
- визначати цінову стратегію підприємства з урахуванням специфіки його діяльності і структури ринку;
- приймати управлінські рішення з урахуванням майбутніх змін витрат, цін і беззбитковості виробництва;
- вибирати і практично застосовувати методи розрахунку цін на продукцію підприємства в конкретних умовах;
- визначати експортну ціну з урахуванням базисних умов поставки;
- розраховувати митну вартість товару.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Мета** дисципліни полягає у формуванні теоретичної бази для розуміння механізму ціноутворення на підприємстві та формуванні навичок розробки цінової політики, яка забезпечить конкурентоспроможність підприємства, товарів (послуг) на ринку.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Цінова політика» є:

- засвоєння сутності ціни як економічної категорії, складу, структури та функції цін;
- дослідження системи ціноутворюючих факторів та оцінка їх ролі в практиці ціноутворення;
- визначення методів державного регулювання цін в Україні та за кордоном;
- вивчення сутності і цілей цінової політики підприємства;
- аналіз особливості ціноутворення в залежності від структури ринку;
- дослідження методів ціноутворення на підприємствах різних галузей економіки;
- засвоєння методики формування цін на продукцію, що експортується та імпортується.

**Компетентність, що забезпечує:**

**загальні компетентності:** здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; знання та розуміння предметної області професійної діяльності; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**спеціальні компетентності:** готовність до виявлення і задоволення потреб покупців товарів, їх

формування за допомогою маркетингових комунікацій, здатність вивчати і прогнозувати попит споживачів, аналізувати маркетингову інформацію, кон'юнктуру товарного ринку; здатність розробляти стратегії поведінки економічних агентів на різних ринках; здатність розробляти варіанти управлінських рішень і обґрунтовувати їх вибір на основі критеріїв соціально-економічної ефективності.

***Трудомісткість:***

4 кредити, 120 годин, залік

## МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з соціології, статистики, економіки підприємства, маркетингу, менеджменту інновацій.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Маркетинг інновацій» дає можливість майбутнім фахівцям оволодіти навичками сучасного маркетингового мислення і практичними навичками маркетингової діяльності з урахуванням особливостей високотехнологічних ринків.

Маркетинг інновацій – це дисципліна, яка досліджує загальні закономірності про процес сприйняття інновацій на ринку, розуміння особливостей споживчої поведінки щодо нових товарів, уявлення про роль маркетингу інновацій в системі управління підприємством, практичні вміння та навички в області розробки маркетингового комплексу інновацій.

Закінчується вивчення курсу дослідженнями ринку високотехнологічних розробок, проблем комерціалізації інтелектуальної власності та способів просування, комерціалізації інновацій на український та закордонний ринок (стартапономіка).

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- набути теоретичного досвіду про процес сприйняття інновацій на ринку, розуміння особливостей споживчої поведінки щодо нових товарів, уявлення про роль маркетингу інновацій в системі управління підприємством;
- набути практичних вмінь та навичок в області розробки маркетингового комплексу інновацій;
- застосовувати методи і засоби пізнання для інтелектуального розвитку, підвищення культурного рівня, професійної компетенції;
- вміло використовувати нормативні та правові документи в своїй діяльності;
- аналізувати соціально значущі процеси і явища;
- застосовувати методи і засоби пізнання для інтелектуального розвитку, підвищення культурного рівня, професійної компетенції;
- використовувати нормативні та правові документи в своїй діяльності;
- аналізувати взаємозв'язки між функціональними стратегіями компаній з метою підготовки збалансованих управлінських рішень.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Мета** дисципліни полягає в ознайомленні з основними особливостями застосування концепції маркетингу інновацій – одного з новітніх напрямків у теоретичних дослідженнях і практиці господарювання та придбання знань і навичок, необхідних для постановки і практичного вирішення завдань маркетингу в умовах ринку інновацій, високого ризику і нестачі інформації.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Маркетинг інновацій» є:

- формування системи маркетингового управління, що відповідає специфіці галузі і етапу становлення компанії, впроваджує інновацію;
- виявлення існуючих і потенційних запитів споживачів, пошук можливостей створення цінності для споживача з урахуванням особливостей життєвого циклу прийняття технології та ключових компетенцій компанії;
- сегментування ринків, вибір цільових сегментів і чітке позиціонування інноваційного продукту або послуги;
- розробка та обґрунтування стратегічних і тактичних маркетингових планів, що забезпечують розвиток і просування інновацій;
- формування цінової політики, в тому числі обґрунтування цін і умов продажу на високотехнологічних ринках;
- обґрунтований вибір каналів збуту інноваційних товарів і послуг, а так само методів роботи у

- відповідних каналах;
- формування збалансованої комунікаційної стратегії, спрямованої на завоювання цільових ринків;
  - організація, контроль і мотивація маркетингової діяльності в компаніях високотехнологічних секторів.

***Компетентність, що забезпечує:***

*загальні компетентності:* здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; знання та розуміння предметної області професійної діяльності; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

*спеціальні компетентності:* здатність проектувати організаційну структуру, здійснювати розподіл повноважень і відповідальності на основі їх делегування; готовність до розробки процедур і методів контролю; здатність використовувати основні теорії мотивації, лідерства та влади для вирішення управлінських завдань; здатність ефективно організувати групову роботу на основі знання процесів групової динаміки і принципів формування команди; усвідомлення соціальної значущості своєї майбутньої професії, володіння високою мотивацією до виконання професійної діяльності; здатність аналізувати соціальнозначущі проблеми і процеси; здатність здійснювати ділове спілкування.

***Трудомісткість:***

3 кредити, 90 годин, залік

## ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з основних розділів прикладної економіки, організації та результативності господарювання на рівні первинної ланки суспільного виробництва.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Економіка та організація інноваційної діяльності» *буде корисна* майбутнім фахівцям для набуття вмінь економічно мислити, обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення ефективності інноваційного розвитку підприємства.

Економіка та організація інноваційної діяльності – це дисципліна, яка вивчає теоретичні засади інноваційної діяльності та інновацій, типи і складові інноваційної політики та інноваційної стратегії підприємства, джерела та методи пошуку інноваційних ідей, сутність та складові інноваційного потенціалу підприємства, форми та джерела фінансування, напрями державної підтримки, методики оцінювання інноваційної діяльності та інновацій.

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- обґрунтовувати напрями пріоритетного інноваційного розвитку з урахуванням потреб та особливостей національної економіки;
- збирати і систематизувати маркетингову інформацію для відбору цільових ринків, вимірювання і прогнозування попиту, позиціонування інноваційного товару;
- оцінювати стан, динаміку, ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства та обґрунтовувати пріоритетні напрями його нарощування;
- розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення ефективності інноваційного розвитку суб'єктів економічних відносин;
- ідентифікувати та оцінювати ризики інноваційної діяльності, а також контролювати їхній рівень засобами ризик-менеджменту;
- економічно обґрунтовувати вибір способу охорони прав інтелектуальної власності підприємства.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Мета** дисципліни – формування у студентів знань та вмінь щодо забезпечення інноваційного розвитку економічних систем, оцінювання їхнього інноваційного потенціалу, обґрунтування та реалізації ефективних управлінських рішень з розвитку економіки на інноваційних засадах.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Економіка та організація інноваційної діяльності» є:

- вивчення механізмів управління інноваційним розвитком економічних систем, забезпеченням результативності формування та використання інноваційного потенціалу підприємства, ефективністю інвестування в інновації, набуття вмінь обґрунтовувати напрями пріоритетного інноваційного розвитку та альтернативні варіанти управлінських рішень.

**Компетентність, що забезпечує:**

**Загальні компетентності:** здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:** здатність описувати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних та прикладних моделей; вміти аналізувати і змістовно інтерпретувати результати наукових досліджень; здатність застосовувати економіко-математичні методи та моделі для вирішення економічних задач.

**Трудомісткість:**

3 кредити, 90 годин, екзамен



## ЕКОНОМІКА ЯКОСТІ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з економіки підприємства, теорії менеджменту, маркетингу, мікро- та макроекономіки.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Економіка якості» дає можливість сформулювати теоретичну базу, сприяє розвитку економічних здібностей, які необхідні для роботи в різних сферах діяльності людини, пов'язаних з економічними аспектами якості. Буде корисна майбутнім фахівцям для набуття комплексу знань із базових принципів, категорій, методів та інструментів економіки якості в сучасних підприємствах.

Економіка якості – це соціально-економічна наукова дисципліна, яка вивчає взаємозв'язок якісних характеристик об'єктів і явищ з економічними показниками.

Закінчується вивчення курсу дослідження питань сертифікації продукції в Україні та за кордоном, порівняння та відповідальність.

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту засвоїти:**

- сутність основних теоретичних положень концепції економіки якості;
- призначення та механізм застосування класичних і сучасних методів та інструментів управління;
- якість поточної діяльності підприємства;
- послідовність етапів створення на підприємстві системи менеджменту якості, базуючись на процесному підході, та забезпечення її ефективного функціонування на основі концепції постійного поліпшення;
- порядок застосування міжнародних стандартів у процесі створення та сертифікації системи менеджменту якості на підприємствах і проведення внутрішнього й зовнішнього аудиту системи управління якістю.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** дисципліни є формування комплексу знань із базових принципів, категорій, методів та інструментів економіки якості в сучасних підприємствах.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Економіка якості» є:

- пізнати економіку якості як науку, її предмет, методи й функції;
- розкрити систему менеджменту якості відповідно до стандартів ISO, міжнародних, регіональних і національних організацій з якості продукції;
- вивчити законодавчу базу метрологічної служби України;
- розкрити значення стандартизації та сертифікації в Україні.

**Компетентність, що забезпечує:**

**загальні компетентності:** здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; знання та розуміння предметної області професійної діяльності; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**спеціальні компетентності:** здатність приймати ефективні рішення в області економіки якості; використовувати важелі, методи і прийоми менеджменту для вирішення проблеми підвищення ефективності економіки якості; формувати організаційну структуру управління витратами на якість в організації; грамотно аналізувати витрати на якість з метою визначення перспектив розвитку економіки якості; ефективно застосовувати методи управління витратами на якість; використовувати стандарти для підвищення ефективності економіки якості.

**Трудомісткість:**

3 кредити, 90 годин, залік

## ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з економічної теорії, мікроекономіки та макроекономіки, економіки підприємства, менеджменту, фінансів підприємства.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Економіка праці та соціально-трудова відносини» передбачає вивчення студентами питань, пов'язаних із працею як провідного фактора виробництва, розвитком трудового потенціалу суспільства, формуванням і функціонуванням системи соціально-трудова відносин, регулюванням ринку праці.

Економіка праці і соціально-трудова відносини – це економічна дисципліна, яка вивчає закони й закономірності суспільного відтворення, механізм їх дії та реалізації на регіональному рівні.

Закінчується вивчення курсу дослідженням міжнародної організації праці та світовий досвід регулювання соціально-трудова відносин.

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- самостійно визначати показники продуктивності праці, резерви її зростання на підприємстві;
- прогнозувати та регулювати рівень продуктивності праці на підприємствах;
- визначати заробітну плату працівників та формувати фонд оплати праці;
- використовувати досвід розвинутих країн щодо забезпечення високої ефективності праці та прогресивних методів організації та оплати праці.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** дисципліни є формування у студентів – майбутніх економістів та управлінців – системи теоретичних і практичних знань про категорії, поняття, механізми забезпечення ефективної зайнятості населення та прогресивного розвитку соціально-трудова відносин в Україні на всіх рівнях.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Економіка праці та соціально-трудова відносини» є:

- дати загальні ґрунтовні навички наукового аналізу соціально-трудова процесів на всіх рівнях, викликати у них інтерес до наукових досліджень у цій сфері;
- сформулювати науково обґрунтовані, адекватні реальності, раціональні знання про процеси, явища й тенденції у соціально-трудова сфері в нашій країні: трудовий потенціал, людський капітал, людський розвиток, ринок праці, зайнятість і безробіття, соціально-трудова відносини, організаційні, економічні й соціальні компоненти процесу праці;
- навчити використовувати здобуті знання в конкретних процесах управління соціально-трудова відносинами, організації праці та забезпечення її високої ефективності на всіх рівнях;
- сформулювати на цій основі доцільне ставлення до власного трудового потенціалу, вміння нарощувати й ефективно використовувати свій людський капітал, забезпечувати власну конкурентоспроможність на ринку праці, усвідомлено досягати реалізації своїх інтересів у соціально-трудова відносинах.

**Компетентність, що забезпечує:**

- здатність до аналізу наукових досліджень у сфері соціально-трудова відносин;
- уміння досліджувати передовий вітчизняний і зарубіжний досвід у соціально-трудова сфері;
- розуміння основних понять і категорій дисципліни;
- володіння навичками застосування загальнонаукових і конкретно- наукових методів у дослідженнях трудової сфери, включаючи метод аналізу статистичних матеріалів, системний метод, метод фотографії робочого часу, індексний метод і метод планування чисельності персоналу;
- здатність нести відповідальність за правильно обраний метод дослідження соціально-трудова

сфери та контролювати наслідки його використання;

- здатність здійснювати аналіз сучасної трудоресурсної ситуації в країні; проведення оцінки трудового потенціалу працівника, а також обґрунтування впливу його окремих компонентів на якість трудового потенціалу суспільства; здійснення оцінки балансів трудових ресурсів за галузями економіки країни;
- здатність обґрунтовувати напрямки взаємодії між суб'єктами соціально-трудомих відносин; визначення перспектив розвитку соціально-трудомих відносин, що відповідають сучасним соціально-економічним умовам розвитку країни; здатність самостійно аналізувати трудове життя населення країни (регіону);
- здатність використовувати різні методи для планування основних трудових показників на підприємстві; використання методик планування продуктивності праці за факторами її зростання; здатність самостійно здійснювати планування необхідної чисельності персоналу різних категорій на підприємстві; здатність нести відповідальність за правильне планування фонду заробітної плати працівників на підприємстві.

***Трудомісткість:***

4 кредити, 120 годин, залік

## ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з економічної теорії, мікроекономіки та макроекономіки.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Економіка сільського господарства» *буде корисна* майбутнім фахівцям в формуванні певного типу економічного мислення, економічної психології та світогляду та забезпечить засвоєння ними знань, умінь та навичок аналізу економічної діяльності господарства.

Економіка сільського господарства – це наука, яка вивчає розвиток продуктивних сил, економічних відносин, особливості дії та вияву економічних законів у сільському господарстві, а також механізм та наслідки використання ресурсного потенціалу в аграрному секторі. Важливим завданням економіки сільського господарства як науки є аналіз використання земельних, матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, пошук шляхів і резервів збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та вирішення продовольчої проблеми.

Закінчується вивчення курсу дослідженням впливу державної підтримки сільського господарства на доходи підприємств, а також економічний аналіз доцільності та ефективності окремих важелів державного регулювання розвитку сільського господарства.

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- аналізувати і робити висновки щодо основних тенденцій інтенсивного розвитку сільськогосподарського виробництва;
- визначати економічну ефективність виробництва сільськогосподарської продукції;
- обґрунтовувати заходи щодо підвищення ефективності виробництва;
- аналізувати тенденції формування структури і обсягів виробництва відповідно до кон'юнктури ринку, щоб забезпечити конкурентоспроможність і ефективність сільськогосподарських галузей.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** дисципліни є набуття знання з основних закономірностей інноваційного розвитку економіки сільського господарства, формування ресурсного потенціалу сільськогосподарських галузей, визначення економічної ефективності виробництва сільськогосподарської продукції та обґрунтування заходів щодо її підвищення. є формування ґрунтовних знань про економічну систему сільськогосподарського виробництва, закони його функціонування і розвитку для розуміння чинників ефективної діяльності товаровиробників, їх спроможності задовольняти потреби населення.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Економіка сільського господарства» є:

- наукове обґрунтування загальних основ економічної діяльності сільськогосподарського підприємства, закономірностей розвитку сільськогосподарського виробництва;
- на методологічних засадах сформуванню певний тип економічного мислення, економічну психологію та світогляд студентів, забезпечити засвоєння ними знань, умінь та навичок аналізу економічної діяльності господарства.

**Компетентність, що забезпечує:**

**загальні компетентності:** здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; знання та розуміння предметної області професійної діяльності; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

**спеціальні компетентності:** здатність прогнозувати попит на продукцію на ринку, передбачати перспективи розвитку матеріально-технічної бази підприємств, обґрунтувати необхідність та ефективність впровадження прогресивних технологій, раціональних форм організації та оплати праці; здатність в прийнятті правильних рішень щодо економічної оцінки і вибору інновацій, зокрема здійснення нових капітальних проектів, впровадження нової технології, техніки й обладнання, придбання мінеральних добрив і хімічних засобів боротьби з бур'янами, шкідниками, хворобами

сіськогосподарських рослин і тварин, застосування біологічних методів боротьби з ними та ін.

***Трудовісткіть:***

4 кредити, 120 годин, залік

## УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з економіки підприємства, маркетингу, логістики, менеджменту, основ зовнішньоекономічної діяльності, державного регулювання економіки, організації підприємницької діяльності.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Управління інноваціями» *буде корисна* майбутнім висококваліфікованим фахівцям для набуття знань не тільки кваліфіковано приймати інноваційні рішення, а й аналізувати ефективність інновацій і робити фінансово-економічну оцінку інноваційних проектів з врахуванням вірогідного профілю проекту і оцінки ризиків.

Управління інноваціями – це підсистема загального менеджменту, завданням якої є ефективне управління процесом розроблення, упровадження, виробництва та комерціалізації інновації з узгодженням відповідних управлінських рішень із системою операційного, маркетингового, фінансового і кадрового менеджменту.

Закінчується вивчення дисципліни оцінюванням ефективності інноваційної діяльності організацій, обґрунтування економічної ефективності інноваційного проекту, врахування проектних ризиків в оцінці ефективності інноваційних проектів.

**Вивчення даної дисципліни дає можливість студенту:**

- розуміння сутності інновацій та особливостей інноваційних процесів;
- розуміння політики України в галузі науки і підтримки ключових технологій;
- формування розуміння ролі інновацій як основного фактора створення вартості підприємств;
- знання теоретичних основ, моделей і методів інноваційного менеджменту і маркетингу;
- знання правових основ інтелектуальної власності;
- уміння проводити аналіз можливостей застосування інновації, бар'єрів і ризиків на шляху комерціалізації інноваційної розробки;
- уміння знаходити, відбирати і узагальнювати інформацію необхідну для аналізу;
- уміння формувати стратегію комерціалізації інновації;
- уміння оцінювати і обґрунтовувати вибір потенційних інструментів фінансування інноваційних розробок;
- уміння просувати розробку на ринок;
- володіння методами проектного управління.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** вивчення дисципліни є оволодіння теоретичними знаннями з питань організації та управління інноваційною діяльністю підприємства, а також інструментарієм, методикою розроблення інноваційних стратегій розвитку підприємства та набуття практичних вмінь і навичок щодо методів оцінки інноваційних проектів.

Основними **задачами** є теоретична та практична підготовка студентів з питань:

- регулювання і стимулювання інноваційної діяльності підприємства;
- розробки системи фінансування інноваційних процесів;
- методів управління інноваційним розвитком організації;
- розробки інноваційних проектів;
- оцінки ефективності інноваційної діяльності організацій;
- теоретичних основ управління інноваційним розвитком;
- організаційних форм інноваційної діяльності;

- основних показників економічної ефективності інноваційних проєктів.

**Компетентність, що забезпечує:**

Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців здатності визначати вплив інновацій на внутрішньо-організаційні процеси підприємства; виявляти інноваційні ініціативи з боку покупців і виробників продукції; застосовувати методи генерування ідей, активізації творчого пошуку, оцінювати результативність цих методів; визначати конкурентоспроможність підприємства як основи росту нововведень; застосовувати методи оцінки ефективності інновацій; характеризувати різні види інноваційного ризику, використовувати методи його зниження; визначати джерела фінансування інноваційних проєктів, доцільність використання послуг венчурних фондів.

***Трудовісткість:***

4 кредити, 120 годин, екзамен

## УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з підприємницької діяльності, управління інноваціями, менеджменту.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливі переваги):

Навчальна дисципліна «Управління інтелектуальним капіталом» **буде корисна** майбутнім фахівцям-управлінцям для формування комплексне уявлення про питання еволюції, класифікацій, джерел та процесів створення, організаційної та інформаційно-технологічної інфраструктури, захисту, охорони та комерціалізації прав на об'єкти інтелектуального капіталу

**Вивчення даної дисципліни дає можливість студенту:**

*знати:*

- сутність і види інтелектуального капіталу;
- теоретичні підходи та погляди на зміст поняття «інтелектуальний капітал»;
- техніку і технологію створення нових інтелектуальних продуктів;
- механізм формування організаційної структури управління інтелектуальним капіталом;
- методи та інструменти створення, використання і розвитку інтелектуального капіталу;
- методичні підходи до оцінювання вартості нематеріальних активів, а також об'єктів інтелектуальної власності організації;
- алгоритм впровадження системи управління інтелектуальним капіталом.

*вміти:*

- виявляти перспективи і можливості накопичення інтелектуального капіталу;
- проводити структурний і функціональний аналіз інтелектуального капіталу;
- давати оцінку окремим видам інтелектуального капіталу.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** вивчення дисципліни «Управління інтелектуальним капіталом» є формування цілісного теоретичного і науково-практичного уявлення про сутність, стан, проблеми та перспективи розвитку інтелектуального капіталу, оцінки вартості нематеріальних активів та інтелектуальної власності, а також основи впровадження системи управління інтелектуальним капіталом організації.

**Задачами** вивчення дисципліни «Управління інтелектуальним капіталом» є:

- усвідомлення взаємозалежності професійного й інтелектуального розвитку особистості;
- вивчення сутності інтелектуального капіталу як економічної категорії;
- виявлення передумов і дослідження процесів становлення економіки знань;
- оволодіння знаннями в галузі управління та відтворення інтелектуального капіталу організації;
- формування вмінь і навиків до самостійного вибору і застосування методів управління інтелектуальним капіталом організації.

**Компетентність що забезпечує:**

Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців здатність використовувати інструментарій управлінського консультування побудови механізму управління інтелектуальним капіталом.

**Трудомісткість:**

3 кредити, 90 годин, залік



## ПАТЕНТУВАННЯ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з підприємницької діяльності, управління інноваціями, інтелектуальної власності.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливі переваги):

Навчальна дисципліна «Патентування» **буде корисна** майбутнім фахівцям-управлінцям для формування комплексне уявлення про створення та використання об'єктів інтелектуальної власності неминуче виникають відносини правового характеру. Для стимулювання розвитку продуктивних сил, науки, техніки, мистецтва, освіти людство на відповідному етапі свого розвитку винайшло і стало застосовувати патент на винахід, корисну модель, промисловий зразок, свідоцтво на товарний знак і знак обслуговування, копірайт на художні, літературні та наукові твори, а також встановило правову охорону секретів виробництва, зазначень походження товарів, топографій інтегральних мікросхем.

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- виявляти перспективи і можливості накопичення об'єктів інтелектуальної власності;
- проводити структурний і функціональний аналіз об'єктів інтелектуальної власності;
- давати оцінку окремим видам об'єктів інтелектуальної власності;
- використовувати інструментарій управлінського консультування побудови механізму управління об'єктів інтелектуальної власності.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** вивчення дисципліни «Патентування» є ознайомити студентів з основними нормами законодавства України та провідних держав світу у сфері інтелектуальної власності.

**Задачами** вивчення дисципліни «Патентування» є: оволодіння знаннями в галузі управління та відтворення інтелектуального капіталу організації.

**Компетентність що забезпечує:**

У результаті вивчення дисципліни студент повинен знати і розуміти зміст законів і підзаконних актів України у сфері інтелектуальної власності, належним чином орієнтуватися у законодавстві зарубіжних країн з інтелектуальної власності та вміти на практиці застосовувати здобуті знання

**Трудомісткість:**

3 кредити, 90 годин, залік

## СТАТИСТИКА

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з економіки, вищої математики.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «статистика» **буде корисна** майбутнім фахівцям-економістам для набуття знань про процеси збору, систематизації і обробки масивів даних та аналіз інформації.

Статистика – наукова дисципліна, яка досліджує кількісну сторону масових суспільних явищ і процесів у нерозривному зв'язку їх з якісною стороною у конкретних умовах місця і часу.

**Вивчення дисципліни статистика дає можливість студенту:**

- орієнтуватися в поняттях і категоріях статистики, методах і формах організації спостереження; методології первинної обробки статистичної інформації;
- здатність збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані;
- здатність орієнтуватися в методиці розрахунку основних статистичних показників;
- здатність проводити дослідження будь –якого масиву статистичних даних і робити висновки;
- здатність виявляти і оцінювати закономірності формування, розвитку і взаємодії складних соціально-економічних явищ і процесів.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** дисципліни є формування у студента теоретичних знань і практичних навичок збирання, систематизації та аналізу інформації, виявлення і оцінювання закономірностей формування, розвитку та взаємодії складних соціально-економічних явищ і процесів.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Статистика» є:

- вміння орієнтуватися у великому обсязі статистичної інформації, процесах, які відбуваються в економіці, систематизувати та аналізувати інформацію, виявляти і оцінювати закономірності формування, розвитку і взаємодії явищ і процесів суспільного життя.

**Компетентність, що забезпечує:**

Вивчення дисципліни статистика забезпечує формування у фахівців здатності до: процесу збирання і обробки інформації; оволодіння методами статистичного аналізу; розробки рекомендацій щодо вдосконалення діяльності досліджуваного об'єкта.

**Трудомісткість:**

4 кредити, 120 годин, екзамен

## ФІНАНСИ ПІДПРИЄМСТВА

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з фінансового аналізу, страхування, інвестування, податкової системи.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «фінанси підприємства» **буде корисна** студентам, що у майбутньому планують обійняти посаду фінансового директора, фінансового аналітика, головного бухгалтера, робити кар'єру у фінансовій сфері.

Кожний працівник фінансово-економічної служби на підприємстві повинен вміти кваліфіковано вирішувати фінансові проблеми і приймати ефективні фінансові рішення, а саме: управляти платоспроможністю, оцінювати грошові потоки, оптимізувати витрати і податкові платежі, управляти прибутком компанії, приймати рішення щодо вибору ефективної форми розрахунків (електронні розрахунки, вексель, акредитив, чек, лізинг, факторинг), здійснювати вибір інвестиційного проекту і обґрунтовувати його ефективність, визначати необхідність та доцільність залучення кредитних ресурсів і акціонерного капіталу, планувати та прогнозувати фінансові показники, забезпечувати об'єктивний внутрішній фінансовий контроль.

**Вивчення дисципліни статистика дає можливість студенту:**

- набуття та закріплення практичних навичок щодо формування та використання фінансових ресурсів у процесі фінансово-господарської діяльності підприємства;
- оволодіння новітніми фінансовими технологіями та інструментами.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Мета** дисципліни: здобути базові знання з теорії і практики фінансових відносин суб'єктів господарювання, формування фінансових ресурсів, формування і використання прибутку, організації оборотних капіталів, кредитування підприємств, фінансового забезпечення відтворення основних фондів, фінансового планування, організації фінансової роботи на підприємстві.

Основними **задачами** вивчення дисципліни «Фінанси підприємства» є:

- вивчення сутності та функцій фінансів підприємств;
- вивчення принципів і методів організації фінансів підприємств;
- вивчення складу, структури фінансових ресурсів і джерел їх формування;
- здобуття знань про основи організації фінансування оборотних активів і фінансового забезпечення відтворення матеріальних необоротних активів;
- формування знань про оподаткування підприємств та оволодіння практикою розрахунку податкових платежів;
- набуття вмінь з оцінювання фінансового стану підприємства;
- опанування методів фінансового планування;
- розуміння основ здійснення санації підприємств.

**Компетентність, що забезпечує:**

Вивчення дисципліни допоможе зрозуміти: як впливає ефективне фінансування на розвиток бізнесу, які фактичні показники необхідно розрахувати та проаналізувати задля оцінки фінансового стану підприємства, яким чином залучати фінансові ресурси у розпорядження підприємства та яким чином оптимізувати розподіл позитивного фінансового результату діяльності підприємства.

**Трудомісткість:**

4 кредити, 120 годин, екзамен

## ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з інформаційних систем та технологій, економіко-математичних методів та моделей, вищої та прикладної математики, статистики, методів прийняття управлінських рішень, маркетингу, маркетингових комунікацій.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Інформаційні системи і технології в маркетингу» **буде корисна** майбутнім фахівцям зі спеціальності 075 «Маркетинг» для набуття світоглядних знань про сучасні інформаційні системи (ІС) і технології (ІТ) в щоденній праці маркетолога.

Навчальна дисципліна «Інформаційні системи і технології в маркетингу» відноситься до циклу дисциплін професійної підготовки.

Успіх у сучасному бізнесі залежить від швидкості обробки інформації, прийняття рішень і реагування. Раніше для цього достатньо було просто використовувати комп'ютери, якими оснащували робочі місця спеціалістів. Сьогодні цього явно недостатньо. Виникає потреба в створенні на підприємствах сучасних інформаційних систем, Що майже завжди передбачає об'єднання комп'ютерів в мережу – локальну, корпоративну тощо. Зараз для ефективного наповнення інформацією ІС необхідно також використовувати Інтернет.

Дисципліна «Інформаційні системи і технології в маркетингу» конкретизує та поглиблює комплекс знань та навичок стосовно застосування сучасних ІТ в щоденній праці маркетолога. Пріоритетними напрямками в цьому курсі є вивчення та засвоєння сутності інформації, як об'єкту маркетингу, основних принципів, методів, засобів підтримки автоматизованих інформаційних систем (АІС) в економіці загалом та в маркетингу зокрема.

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- здатність формування сучасних теоретичних та практичних знань, умінь та навичок з розділів АІС, які відносяться до маркетингової діяльності;
- здатність налагодження ефективних комунікацій з метою кращої підготовки до співробітництва та взаємодії в інформаційному суспільстві та суспільстві знань;
- здатність формування навичок самостійної роботи з джерелами інформації в Інтернеті за фахом;
- розвиток логічного та аналітичного мислення;
- вироблення вміння застосовувати у професійній діяльності основні сучасні ІТ, перш за все відповідного апаратного та програмного забезпечення;
- знати класифікацію, ієрархію та можливості сучасних маркетингових інформаційних систем (МІС);
- придбання практичних навичок роботи з МІС;
- вміння використовувати найкращий зарубіжний та вітчизняний досвід у цій сфері;
- вміння застосовувати комунікаційні та інформаційні технології в процесі маркетингової діяльності.

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Інформаційні системи і технології в маркетингу» є надання студентам знань про сучасний рівень розвитку інформаційних систем і інформаційних технологій, для обробки маркетингової інформації з застосуванням комп'ютерних інструментальних засобів, формування комплексу професійної компетентності майбутніх маркетологів.

Основними **задачами** вивчення дисципліни є:

- формування сучасних теоретичних та практичних знань, умінь та навичок застосування МІС, налагодження ефективних комунікацій з метою кращої підготовки до співробітництва та взаємодії з потенційними клієнтами в інформаційному суспільстві та суспільстві знань;

- формування навичок самостійної роботи з джерелами маркетингової інформації в Інтернеті;
- вироблення вміння застосовувати у професійній діяльності основні методи і принципи новітніх інформаційних і комунікаційних технологій;
- придбання практичних навичок з надання маркетингових послуг.

***Компетентність що забезпечує:***

*Загальні компетентності.* Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.

*Спеціальні (фахові) компетентності.* Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.

***Трудомісткість:***

3 кредити, 90 годин, залік

## ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ

**Пререквізити** (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями):

Базові знання з інформаційних систем та технологій, економіко-математичних методів та моделей, вищої та прикладної математики, статистики, методів прийняття управлінських рішень, маркетингу, маркетингових комунікацій.

**Коротка анотація дисципліни** (загальна характеристика, особливості, переваги):

Навчальна дисципліна «Електронна комерція» **буде корисна** майбутнім фахівцям зі спеціальності 075 «Маркетинг» для набуття світоглядних знань про сучасні прийоми та методи ведення електронної комерційної діяльності в щоденній праці маркетолога.

Навчальна дисципліна «Електронна комерція» відноситься до циклу дисциплін професійної підготовки. Успіх у сучасному бізнесі залежить від швидкості обробки інформації, прийняття рішень і реагування. Бізнес-процеси всіх провідних компаній світу активно використовують переваги Інтернет. Особливо це стосується таких можливостей Інтернет, як електронна пошта, служби WWW, різноманітні хмарні технології обробки даних, в якій комп'ютерні ресурси та потужності надаються користувачеві як інтернет-сервіси тощо. Більшість компаній поряд з традиційними бізнес-процесами вже давно освоюють та розвивають електронний бізнес.

Дисципліна «Електронна комерція» конкретизує та поглиблює комплекс знань та навичок стосовно застосування сучасних ІТ в щоденній праці маркетолога. Пріоритетними напрямками в цьому курсі є знання щодо безпечного виконання ділових операцій та угод з використанням інструментарію електронної комерції у відповідності з потребами спеціальності 075 «Маркетинг».

**Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту:**

- вільно використовувати у роботі основні поняття та терміни з електронної комерції в роботі за фахом;
- вибрати основний інструментарій електронної комерції для роботи за фахом;
- створювати сайт інтернет-магазину, за допомогою систем управління контентом сайтів, шаблонів інтернет-магазинів;
- забезпечувати елементарний захист інформації в системах електронної комерції.
- вміти використовувати найкращий зарубіжний та вітчизняний досвід у цій сфері;
- володіти навичками інноваційного інформаційного забезпечення комерційної, маркетингової, логістичної, рекламної діяльності підприємств електронної комерції;
- володіти технологіями по просуванню й оптимізації веб-сайту системи електронної комерції;
- володіти деякими прийомами інтернет-маркетингу;

**Мета та основні задачі дисципліни:**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Електронна комерція» є надання студентам знань про сучасний рівень розвитку електронної комерції, одержання теоретичних знань і практичних навичок по використанню засобів електронної комерції, ознайомлення з її основними технологіями й методами роботи з ними, для формування комплексу професійної компетентності майбутніх маркетологів.

Основними **задачами** вивчення дисципліни є:

- формування сучасних теоретичних та практичних знань, умінь та навичок застосування технологій електронної комерції, налагодження ефективних комунікацій з метою кращої підготовки до співробітництва та взаємодії з потенційними клієнтами в інформаційному суспільстві;
- формування навичок самостійної роботи з джерелами маркетингової інформації в Інтернеті;
- вироблення вміння застосовувати у професійній діяльності основні методи і прийоми новітніх інформаційних і комунікаційних технологій;
- придбання практичних навичок з ведення електронної комерції.

***Компетентність що забезпечує:***

*Загальні компетентності.* Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей.

*Спеціальні (фахові) компетентності.* Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.

***Трудомісткість:***

3 кредити, 90 годин, залік