

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Факультет економіки, менеджменту та психології**

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАКЕТ

Європейська кредитно-трансферна система (ЄКТС)

<i>Галузь знань</i>	D «Бізнес, адміністрування та право»
<i>Спеціальність</i>	D3 «Менеджмент»
<i>Освітня програма</i>	«Торговельний менеджмент»
<i>Освітній ступінь</i>	«Магістр»

3. ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

3.1. Профіль освітньої програми «Торговельний менеджмент» зі спеціальності D3 Менеджмент

*Керівник проектної групи (гарант освітньої програми –
д-р екон. наук, проф. Олена КАХОВСЬКА*

1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Факультет економіки, менеджменту та психології Кафедра менеджменту
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський) рівень вищої освіти Кваліфікація – Магістр менеджменту
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D3 Менеджмент
Назва освітньої програми	Торговельний менеджмент
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає стандарту вищої освіти МОН України (наказ № 959 від 10.07.2019 р.)
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми – 90 кредитів ЄКТС. Нормативний строк підготовки 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД 1196409, дійсний до 01.07.2027, виданий Акредитаційною комісією Міністерства освіти і науки України
Цикл, рівень вищої освіти	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL-7 рівень
Передумови вступу на освітню програму	Освітній ступінь бакалавра (6 рівень НРК) або вищий рівень
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	До затвердження нової редакції освітньо-професійної програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua/

2 – МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями торгівлі, набуття умінь щодо прийняття та реалізації обґрунтованих управлінських рішень в умовах динамічного зовнішнього середовища їх функціонування.

3 – ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Предметна область

Об'єкт вивчення: управління організаціями та їх підрозділами.

Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних ідентифікувати та розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Теоретичний зміст предметної області: парадигми, закони, закономірності; принципи, історичні передумови розвитку менеджменту; концепції системного, ситуаційного, адаптивного, антисипативного, антикризового, інноваційного, проектного менеджменту тощо; функції, методи, технології та управлінські рішення у менеджменті.

Методи, методики та технології: загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); методи реалізації функцій менеджменту (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур управління; методи мотивування; методи контролювання; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності в менеджменті тощо); методи менеджменту (адміністративні, економічні, соціально-психологічні, технологічні); технології обґрунтування управлінських рішень (економічний аналіз, імітаційне моделювання, дерево рішень тощо).

Інструментарій та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються в менеджменті.

Орієнтація освітньої програми

Фундаментальна загальноекономічна підготовка і орієнтація на практичні аспекти використання майбутніми фахівцями сучасних інструментів ефективного торговельного менеджменту (академічна, професійна, дослідницька).

Основний фокус освітньої програми

Формування фахової компетентності щодо результативного застосування принципів торговельного менеджменту задля забезпечення ефективного функціонування та розвитку організацій торгівлі різних форматів,

налагодження конструктивної взаємодії між учасниками торговельно-технологічного процесу та іншими стейкхолдерами.

Ключові слова: ефективність функціонування, інноваційний розвиток, результативність діяльності, комерційна діяльність, бізнес-процеси в торгівлі, управління змінами, управління підприємствами торгівлі, торговельними мережами, регулювання торгівлі, торговельне середовище, торговельний-мікс.

Особливості програми

Поєднання теоретичної підготовки студентів, практики на провідних підприємствах торгівлі з науково-дослідною роботою (в т.ч. написання статей). Викладається також англійською мовою.

4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ

Придатність до працевлаштування

Випускник придатний до працевлаштування на такі посади згідно з класифікатором професій ДК 003:2010 із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13 грудня 2024 року № 27751:

1224 Завідувач підприємства роздрібної торгівлі; завідувач ринку; завідувач секції; керівник торговельно-економічної місії.

1233 Директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу.

1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми; керуючий магазином; комерсант.

1451 Менеджер (управитель) в торгівлі транспортними засобами.

1452 Менеджер (управитель) в оптовій торгівлі.

1453 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами.

1454 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами.

Посади, які здатен обіймати магістр відповідно до чинного Міжнародного стандарту – International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08):

1120 Managing Directors and Chief Executives (Керуючі директори та головні виконавчі директори).

1221 Sales and Marketing Managers (Менеджери з продажу та маркетингу).

1224 Production and Operations Department Managers in Wholesale and Retail Trade (Менеджери відділу виробництва та операційної діяльності з оптової та роздрібної торгівлі).

1324 Supply, Distribution and Related Managers (Менеджери з постачання, розподілу та пов'язаною з цим діяльністю).

1420 Retail and Wholesale Trade Managers (Менеджери з роздрібної та оптової торгівлі).

3322 Commercial Sales Representatives (Комерційні торгові представники.

За умов набуття відповідного досвіду може адаптуватися до таких напрямів суміжної професійної діяльності: економічна, маркетингова, зовнішньоекономічна, освітня, науково-дослідницька.	
Подальше навчання	
Випускники даної освітньої програми мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії та набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти	
5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
Викладання та навчання	
Студентоцентроване навчання з використанням тематичних, проблемних, оглядових, бінарних, дуальних лекцій, лекцій-конференцій, в тому числі за участі фахівців-практиків, лекцій-консультацій з проведенням презентацій, дискусій, тренінгів, модерацій, моделюванням ситуацій, застосуванням методу кейс-стаді із розв'язання реальних завдань, виконанням студентами проєктів на замовлення підприємств, роботою в малих групах, самостійною роботою студентів, підготовкою кваліфікаційної роботи.	
Оцінювання	
Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів у ДТЕУ», «Положення з організації освітнього процесу» та передбачає проведення таких контрольних заходів: поточний та підсумковий контроль, атестація.	
Поточний контроль проводиться на практичному/лабораторному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів під час роботи на семінарських заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань лабораторних/практичних робіт.	
Підсумковий контроль – контрольні заходи, що передбачають встановлення відповідності (вимірювання, оцінювання) здобутих особою результатів навчання вимогам освітньої програми у частині відповідного освітнього компонента, що здійснюється в університеті у формі заліку та екзамену.	
Результати навчання студентів у ДТЕУ оцінюються за 100- баловою шкалою, де: 60-100 балів – результати навчання, що дають студенту право здобути кредити ЄКТС; 0-59 балів – незадовільні результати навчання, що не дають студенту право здобути кредити ЄКТС.	
6 – ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
Інтегральна компетентність	
Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту, зокрема, торговельного менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.	
Загальні компетентності	
ЗК1	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

ЗК2	Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
ЗК3	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
ЗК4	Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети;
ЗК5	Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);
ЗК6	Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
ЗК7	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
<i>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</i>	
СК1	Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;
СК2	Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;
СК3	Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту;
СК4	Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;
СК5	Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;
СК6	Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми;
СК7	Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість;
СК8	Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом;
СК9	Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;
СК10	Здатність до управління організацією та її розвитком, зокрема інноваційним.
СК11	Здатність діагностувати стан торговельного середовища та оцінювати його вплив на розвиток торгівлі в суспільстві, а також розробляти та імплементувати торговельний-мікс для задоволення потреб покупців;
СК12	Здатність планувати та впроваджувати в діяльність організацій торгівлі зміни, сучасні технології бренд-менеджменту та цифрового маркетингу, розробляти інноваційні проекти та оцінювати результативність їх реалізації;

СК13	<i>Здатність підвищувати рівень конкурентоспроможності організацій торгівлі з урахуванням специфіки конкуренції в торговельному середовищі та зовнішньоекономічній діяльності;</i>
СК14	<i>Здатність організовувати та удосконалювати бізнес-процеси, що відбуваються у сфері товарного обігу;</i>
СК15	<i>Здатність узгоджувати інтереси учасників корпоративних відносин, вирішувати проблему розподілу компетенцій між органами корпоративного управління акціонерного товариства, застосовувати різні методичні підходи до визначення ефективності та якості корпоративного управління у великих торговельних компаніях.</i>
7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
1	Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;
2	Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;
3	Проектувати ефективні системи управління організаціями;
4	Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї;
5	Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;
6	Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;
7	Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті;
8	Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією;
9	Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами;
10	Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач;
11	Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу;
12	Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом);
13	Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу);

14	<i>Вміти формувати дієву систему менеджменту на підприємствах торгівлі з урахуванням специфіки організаційно-правової форми організації бізнесу, розмірів підприємства та внутрішньо-організаційного потенціалу;</i>
15	<i>Проводити діагностику стану торговельного середовища та оцінювати його вплив на розвиток торгівлі в суспільстві, ідентифікувати ймовірні ризики у діяльності та розвитку підприємства торгівлі, проводити аналіз їх причин та наслідків, розробляти та імплементувати торговельний-мікс у торговельному середовищі;</i>
16	<i>Проводити моніторинг інновацій, оцінювати інноваційний потенціал та передумови для впровадження змін в торгівлі, розробляти та організовувати імплементацію планів та проєктів, впроваджувати сучасні технології цифрового маркетингу та бренд-менеджменту на підприємствах торгівлі, здійснювати моніторинг та контроль результатів їх реалізації;</i>
17	<i>Вміти оцінювати конкурентоспроможність підприємств торгівлі, формувати та розвивати їх конкурентні переваги, обирати (або розробляти) для них та реалізовувати ефективні стратегії конкуренції з урахуванням специфіки конкуренції в торговельному середовищі та зовнішньоекономічній діяльності;</i>
18	<i>Застосовувати принципи та правила корпоративного управління, вирішувати корпоративні конфлікти, приймати управлінські рішення щодо ведення торговельної діяльності на принципах корпоративної соціальної відповідальності, визначати ефективність та якість корпоративного управління торговельної компанії;</i>
19	<i>Вміти організовувати та удосконалювати бізнес-процеси, що відбуваються у сфері товарного обігу, розробляти управлінські рішення, спрямовані на скорочення операційних витрат підприємств торгівлі;</i>
20	<i>Уміти застосовувати методи забезпечення інформаційної безпеки та норми договірної права в діяльності підприємств торгівлі, визначати та реалізовувати комплекс дій з електронної торгівлі та просуванню товарів та послуг засобами інтернет-маркетингу.</i>

8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ

Кадрове забезпечення

Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Реалізацію освітньо-професійної програми «Торговельний менеджмент» здійснюють науково-педагогічні працівники з науковим ступенем та/або вченим званням, які відповідають вимогам чинного законодавства України, мають достатній рівень наукової і професійної кваліфікації. До освітнього процесу також залучаються фахівці-практики і представник професійних об'єднань та іноземні партнери.

Всі науково-педагогічні працівники кожні п'ять років проходять стажування / підвищення кваліфікації.
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>
Повністю відповідає Ліцензійним вимогам провадження освітньої діяльності. Для зручності здобувачів вищої освіти функціонують корпоративна система дистанційного навчання та автоматизована система управління освітнім процесом «МІА: Освіта». В університеті обладнані сучасні комп'ютерні класи зі спеціалізованим програмним забезпеченням, функціонує Навчально-науковий центр бізнес-симуляції та працює Smart-бібліотека. Створені всі умови для навчання осіб з інвалідністю. Наявна соціально-побутова інфраструктура ДТЕУ.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>
Для кожної освітньої програми в університеті розробляється Інформаційний пакет ЄКТС. Кожен здобувач через особистий кабінет АСУ «МІА: Освіта» може переглянути та сформувати власний індивідуальний план, переглянути навчальний план, здобуті бали за дисциплінами, розклад занять та комунікувати з учасниками освітнього процесу. Програми, робочі програми, силабуси дисциплін та критерії оцінювання за освітніми компонентами розміщені на корпоративній платформі дистанційного навчання. В електронному репозитарію університету розміщено повнотекстовий доступ до наукової та навчальної літератури ДТЕУ, рукописи кваліфікаційних робіт та дисертацій на здобуття наукових ступенів. Для зручності здобувачів вищої освіти в університеті розроблений Каталог навчальних дисциплін, відповідно якого здобувачі мають право обирати вибіркові освітні компоненти.
9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ
<i>Національна кредитна мобільність</i>
Національна кредитна мобільність здійснюється в межах укладених меморандумів про співпрацю між ДТЕУ та іншими закладами вищої освіти (наукових установах) України відповідно до законодавства.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>
Університетом укладені договори про співробітництво між ДТЕУ та іноземними закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів за Міжнародними програмами і проектами в рамках програми Еразмус+.
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>
Здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства.

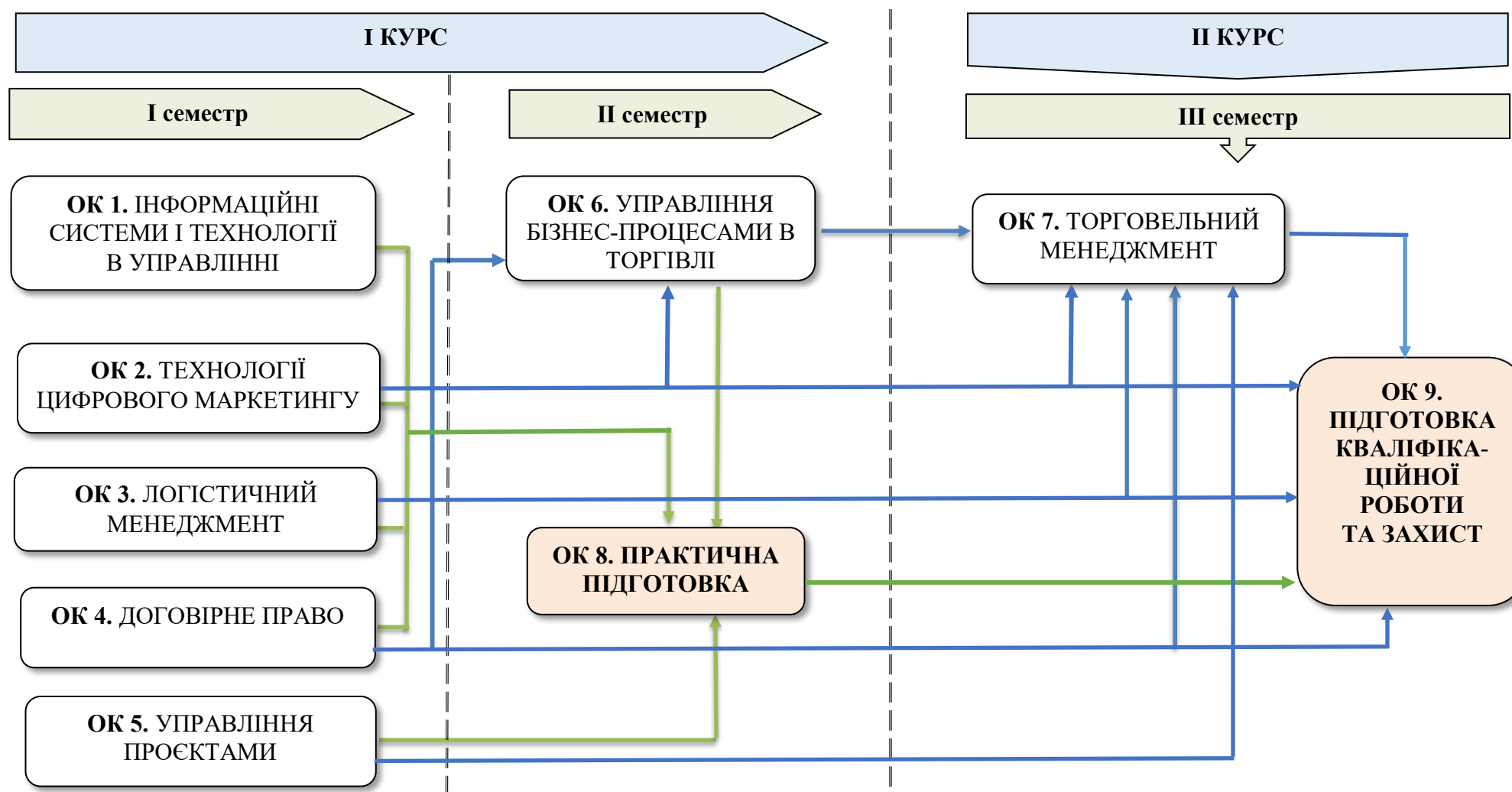
3.2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

3.2.1. Перелік компонент ОП

Код	Освітні компоненти програми	Кредити ЄКТС	Форма контролю
<i>Обов'язкові компоненти</i>			
ОК 1	Інформаційні системи і технології в управлінні	6	Екзамен
ОК 2	Технології цифрового маркетингу	6	Екзамен
ОК 3	Логістичний менеджмент	6	Екзамен
ОК 4	Договірне право	6	Екзамен
ОК 5	Управління проєктами	6	Екзамен
ОК 6	Управління бізнес-процесами в торгівлі	9	Екзамен
ОК 7	Торговельний менеджмент	6	Екзамен
ОК 8	Практична підготовка	9	Залік
ОК 9	Підготовка кваліфікаційної роботи та захист	12	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66	
<i>Вибіркові компоненти</i>			
ВК 1.	Освітній компонент 1	6	Екзамен
ВК 2.	Освітній компонент 2	6	Екзамен
ВК 3.	Освітній компонент 3	6	Екзамен
ВК 4.	Освітній компонент 4	6	Екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90,0	

Здобувачі вищої освіти обирають вибірові навчальні дисципліни через особистий кабінет порталу «МІА: Освіта». Опис навчальних дисциплін та їх пререквізити представлені в Каталогі навчальних дисциплін ДТЕУ.

3.2.2. Структурно-логічна схема ОП



3.3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної задачі або проблеми в сфері менеджменту, задачі або проблеми в сфері менеджменту, що потребує здійснення досліджень та/або інновацій і характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації.

Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена в репозитарії ДТЕУ.

3.4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОBOB'ЯЗКОВИМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Компо- ненти Компе- тентності	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9
ЗК1		+	+		+		+	+	+
ЗК2		+	+	+			+	+	+
ЗК3	+	+			+	+	+	+	+
ЗК4				+				+	+
ЗК5						+		+	+
ЗК6		+			+		+	+	+
ЗК7	+						+	+	+
СК1			+	+	+		+	+	+
СК2		+	+	+	+	+	+	+	+
СК3					+		+	+	+
СК4		+				+		+	+
СК5	+		+	+		+	+	+	+
СК6					+		+	+	+
СК7		+			+		+	+	+
СК8								+	+
СК9			+				+	+	+
СК10			+	+	+	+	+	+	+
СК11		+					+	+	+
СК12					+		+	+	+
СК13				+			+	+	+
СК14	+	+				+	+	+	+
СК15			+					+	+

3.5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОБОВ'ЯЗКОВИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Компоненти Про грамні результати навчання	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9
1				+	+		+	+	+
2			+			+	+	+	+
3				+			+	+	+
4	+	+			+	+	+	+	+
5							+	+	+
6		+	+		+		+	+	+
7			+	+	+			+	+
8	+	+				+		+	+
9			+	+			+	+	+
10			+	+	+		+	+	+
11					+			+	+
12			+	+	+		+	+	+
13		+		+	+		+	+	+
14						+	+	+	+
15					+		+	+	+
16	+						+	+	+
17				+			+	+	+
18			+				+	+	+
19						+	+	+	+
20	+	+			+		+	+	+

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ВИБІРКОВИХ КОМПОНЕНТІВ
(у т.ч. англ. мовою викладання)

Код	Освітні компоненти	Кредити ЄКТС
ВК 1.	Антикризове управління підприємством	6
ВК 2.	Бренд-менеджмент	6
ВК 3.	Інвестиційний менеджмент	6
ВК 4.	Торговельні мережі	6
ВК 5.	Управління лояльністю споживачів	6
ВК 6.	GMP, HACCP та контроль безпеки товарів	6

4. Інформація про освітні компоненти (дисципліни).

4.1. Назва. **ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ.**

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Дивак В. В., доц., канд. пед. наук, доц. каф. комп'ютерних наук та інформаційних систем.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців системи знань та умінь щодо: застосовування спеціалізованого програмного забезпечення та інформаційних систем для вирішення задач управління організацією; планування і здійснення інформаційного, методичного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення організації (підрозділу); ідентифікації дій, що шкодять інформаційній безпеці організації, застосовування методів її забезпечення.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Інформаційні технології в професійній діяльності», «Менеджмент».

Зміст. Інформаційні системи підприємств та їх роль в інформатизації бізнесу. Сутність, види інформаційних систем управління організацією. Корпоративні інформаційні системи (KIC). Моделі управління підприємствами в інформаційних системах (MRP, MRPII, ERP та ін.). Технології збору, передачі та обробки даних в інформаційних системах. Організація інформаційної бази інформаційної системи (IC). Методи і моделі проектування IC. Структурний аналіз та проектування IC. Системи фінансового моделювання та бізнес-планування. Комп'ютерна система управління проектами: система Microsoft Project. CASE-технології розробки моделей: бізнес-процесів (BPWin) та даних (ERWin). Система управління ресурсами підприємства Oracle Application.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цегелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 296 с.
2. Інформаційні технології: навч. посіб. / за ред. О.І.Зачека. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 432 с.
3. Harold Kerzner Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. 13th Edition. Textbook: John Wiley & Sons Inc, 2022. 880 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; лабораторні роботи (традиційні, тренінгові завдання, комп'ютерне тестування); застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (усне/письмове опитування, тестування, комплексна

- контрольна робота);
- підсумковий контроль (екзамен).
- Мова навчання та викладання.** Українська.

4.2. Назва. ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Пономаренко І. В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. маркетингу; Янковець Т.М., д-р екон. наук., проф. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок застосування принципів, методів та інструментів сучасних технологій digital маркетингу в діяльності підприємств.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. ««Маркетинг», «Менеджмент».

Зміст. Сутність та принципи цифрового маркетингу. Структурні компоненти цифрового маркетингу. Стратегічне управління цифровим маркетингом. Вебсайт у цифровому маркетингу. Процес створення вебсайтів. Технології аналізу у цифровому маркетингу. Технології пошукового маркетингу. Цифрова реклама: ціноутворення, метрики, медіапланування. Автоматизація маркетингу. Контент-маркетинг. Технології цифрового маркетингу в соціальних медіа. Мобільні технології цифрового маркетингу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : ДТЕУ, 2024. 260 с.
2. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
3. Gupta Rajan, Madan Supriya. Digital Marketing: The Science and Magic of Digital Marketing Can Help You Become a Successful Marketing Professional. BPB Publications, 2022. 356 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядова/тематична/проблемна/лекція-консультація/лекція-конференція); парктичні заняття (презентація/ дискусія/ комунікативний метод/ моделювання ситуацій/ метод кейс-стаді/робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне/письмове опитування; перевірка та обговорення підготовленого есе/ презентації/ ситуаційні завдання/ захист проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.3. Назва. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кочубей Д. В., доц., канд. екон. наук., доц. каф. логістики та торговельного бізнесу.

Результати навчання. Формування теоретичних знань і практичних навичок щодо розробки оптимальних організаційних структур служби логістики; організації логістики на різних за видами діяльності підприємствах; використання мотивації логістичного персоналу для зменшення загальних витрат; розробки логістичних стратегій для різних за видами діяльності підприємств; складання планів поточної та оперативної логістичної діяльності підприємства; проведення логістичного аудиту підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент», «Маркетинг», «Логістика».

Зміст. Теоретико-методологічні засади логістичного менеджменту. Логістичний менеджмент в системі управління діяльністю підприємства. Стратегічні альтернативи логістичного менеджменту. Організаційні аспекти логістичного менеджменту. Система управління виробничим обслуговуванням продукції. Функція контролю логістичних процесів на підприємстві. Інформаційні системи логістичного менеджменту. Консультаційні послуги в управлінні логістичною діяльністю підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Ільченко Н. Б. Логістичний менеджмент : навч. посіб. / Н. Б. Ільченко, Д. В. Кочубей, М. В. Котова. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 268 с.
2. Смерічевська С. В. Логістичний менеджмент: навч. посібник для студентів другого (магістерського) рівня. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 160 с.
3. Тягунова Н. М. Торговельна логістика. Кредитно-модульний курс : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2023. 148 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: лекції (тематичні та проблемні), семінарські та практичні заняття (з використанням інформаційних технологій, аналітично-розрахункових, творчих та ситуаційних завдань).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне і письмове опитування; перевірка індивідуальних самостійних робіт);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.4. Назва. ДОГОВІРНЕ ПРАВО.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Можайкіна О. С., доц., канд. псих. наук, доц. каф. міжнародного, цивільного та комерційного права; Софіюк Т.О., доц., канд. юр. наук, доц. каф. міжнародного, цивільного та комерційного права.

Результати навчання. Формування сукупності теоретичних знань щодо: основних понять, категорій та джерел договірного права, правового статусу суб'єктів господарських зобов'язань, природи та видів господарсько-правових зобов'язань, особливостей господарсько-правової відповідальності, а також вмінь визначати: умови участі суб'єктів господарювання в договірних правовідносинах; види договорів за законодавством України; умови притягнення суб'єктів господарювання до господарсько-правової відповідальності.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Правознавство».

Зміст. Поняття та загальна характеристика договірного права. Поняття та загальна характеристика договору. Порядок укладення, зміни та припинення договору. Правові вимоги до форми та змісту договору. Недійсність договорів. Забезпечення виконання договірних зобов'язань: неустойка, порука, гарантія, притримання, завдаток, застава. Правові наслідки порушення умов договору. Договори про перехід права власності на майно: купівля-продаж, дарування, поставка, контракція сільськогосподарської продукції, міна, рента довічне утримання. Істотні умови та форма договорів про перехід права власності на майно. Договори про передачу майна в користування: оренда (найм), лізинг, позичка. Істотні умови та форма договорів про передачу майна у строкове користування. Характеристика договорів про надання послуг та виконання робіт. Договір підряду та його види. Договір доручення. Договори з надання фінансових послуг. Договір страхування. Поняття та ознаки зовнішньоекономічного договору. Вимоги до форми зовнішньоекономічного договору. Умови зовнішньоекономічних договорів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Альтернативне вирішення цивільно-правових спорів: навч.-метод. посіб. [Електронне видання] / Н. Голубєва, С. Сулейманова, І. Бут, О. Полуніна; Нац. ун-т «Одес. юрид. академія». Одеса : Фенікс, 2023. 134 с. URL: <https://surl.li/hcasek>
2. Вавженчук С.Я. Договірне право : підручник : у 2 т. Т.І, 2. Харків: Право, 2022. 632 с. URL: <https://surl.li/sdmj1q>

3. Кириченко Ю.В., Кириченко В.М., Куракін О.М. Договірне право України: підручник. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 230 с. URL: <https://surl.lu/afuoxw>

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (в т.ч. оглядова, проблемна), семінарські заняття (презентації, дискусії, комунікативний метод, моделювання ситуацій тощо).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, усне/письмове опитування, перевірка вирішення ситуаційних завдань, контрольна робота тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.5. Назва. УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. I.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Макарчук І. В., д-р філософії, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців комплексу теоретичних знань та практичних навичок щодо проєктно-орієнтованого підходу до управління підприємством.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економіка і фінанси підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг».

Зміст. Загальні положення щодо управління проєктами в організації. Обґрунтування проєкту. Планування проєкту. Управління розкладом виконання проєкту. Планування ресурсного забезпечення проєкту. Управління ризиками проєктів. Управління якістю проєкту. Управління проєктною командою. Управління закупівлями. Управління зацікавленими сторонами. Performance менеджмент.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Блага Н. В. Управління проєктами : навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/3870/1/блага%20управління%20проєктами.pdf>
2. Микитюк П. П. Управління проєктами : підручник. [для студ. вищ. навч. закл.]. / П. П. Микитюк, В. Я. Брич, Ю. І. Микитюк, І. М. Труш. Тернопіль : ТНЕУ, 2021. 416 с. URL: <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/3c9fe285-b3a9-4ee4-bace-5d564e0173dd/content>
3. A Guidetothe Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide. 7th Edition; Project Management Institute, 2021. 756 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: проблемні лекції, метод кейс-стаді, практичні завдання з використанням інформаційних технологій, презентацій, розв'язання розрахунково-

аналітичних задач, запрошені експерти-практики, дистанційне навчання, самостійна робота студентів, реалізація рет-проєкту, моделювання проєктної роботи з використанням сучасного ПЗ.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка виконання ситуаційних вправ та творчих задач, індивідуальних робіт, презентації індивідуальних та групових проєктів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська, англійська.

4.6. Назва. УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В ТОРГІВЛІ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2026/2027.

Семестр. II.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ільченко Н. Б., проф., д-р екон. наук, зав. каф. логістики та торговельного бізнесу.

Результати навчання. Формування у студентів розуміння сутності процесного підходу до управління діяльністю підприємства; засвоїти основні положення та підходи до визначення терміну бізнес-процесу як об'єкту управління; ознайомити із процесом розроблення системи бізнес-процесів в торгівлі; виявити основні правила виокремлення бізнес-процесів у торгівлі; вивчити процес регламентації бізнес-процесів підприємства; ознайомити з визначальними основами побудови бізнес-процесів у торгівлі, їх особливостями та можливостями застосування; забезпечити студентів основоположними знаннями в області теорії управління бізнес-процесами в торгівлі, моделювання бізнес-процесів підприємства торгівлі в нотації IDEF0 та ARIS.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни: «Менеджмент», «Маркетинг», «Організація торгівлі», «Логістика».

Зміст. Сутність, основні види та особливості бізнес-процесів в торгівлі. Напрямки гармонізації та інтеграції бізнес-процесів в торгівлі. Методологічні принципи, цілі та завдання аналізу бізнес-процесів в торгівлі. Інформаційне забезпечення аналізу бізнес-процесів в торгівлі. Оцінка та прогнозування економічної ефективності комерційних угод із закупівлі товарів торговельним підприємством. Методи аналізу товарного асортименту торговельного підприємства. Аналіз асортиментної політики торговельного підприємства та методичних підходів до її розробки. Аналіз та удосконалення практики оптимізації товарного асортименту торговельного підприємства. Аналіз практики формування та здійснення цінової політики торговельного підприємства. Аналіз практики розробки та здійснення стратегій продажу товарів торговельним підприємством та сервісного обслуговування покупців. Сучасні напрями та методологічні основи розвитку співробітництва торговельних підприємств та споживачів

товарів. Аналіз та удосконалення практики дослідження економічної ефективності бізнес-процесів в торгівлі. Оптимізація бізнес-процесів в торгівлі.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ефективність управління бізнес-процесами підприємства : навч. посіб. / Уман. держ. пед. ун-т ім. П. Тичини; уклад. О. М. Світовий. Умань : Сочінський М. М., 2022. 202 с.
2. Михаліцька Н., Яцик М. Управління власним бізнесом : навч. посіб. у схемах і таблицях. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. 480 с.
3. Моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів: підручник. С. В. Козир, В. В. Слесарєв, С. А. Ус, Т. В. Хом'як. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка». 2022. 163 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: лекції (оглядова, тематична, проблемна); семінарські і практичні заняття (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, метод кейс-стаді, робота в малих групах, розв'язання ситуаційних та аналітично-розрахункових задач).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування, тестування, співбесіди зі студентами, перевірка творчих завдань та ситуаційних вправ);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.7. Назва. ТОРГОВЕЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. Обов'язкова.

Рік навчання. 2027/2028.

Семестр. III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Шевчун М. Б., канд. екон. наук, доц. каф. менеджменту; Макарчук І. В., д-р філософії, доц. каф. менеджменту.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних положень, методичних і практичних підходів до управління організаціями торгівлі з урахуванням специфіки різновидів торговельної діяльності, типів та форматів об'єктів торгівлі, особливостей державного регулювання та змін у ринковому середовищі.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент», «Організація торгівлі».

Зміст. Теоретичні засади торговельного менеджменту. Відмітні характеристики, специфіка управління та державного регулювання роздрібної, оптової торгівлі та дистриб'юції. Мультиканальна роздрібна

торгівля та поведінка споживачів. Управління взаємовідносинами та послугами у торгівлі. Управління магазином з урахуванням особливостей людського сприйняття. Стратегії роздрібної та оптової торгівлі. Конкурентоспроможність підприємств роздрібної та оптової торгівлі: фактори впливу та особливості управління. Управління розвитком конкурентних переваг у роздрібній та оптовій торгівлі. Оцінювання результатів торговельного менеджменту.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Балджи М., Однополько В. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2021. 344 с. URL: <https://dspace.oneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/1632b0e4-962b-4806-b522-f1690587a726/content>
2. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. О.В.Димченко; [О.В.Димченко, О.Д.Панова, В.В.Коненко та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М.Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2022. 432 с.
3. Blokdyk G. Trade Management : A Complete Guide. STARCooks Edition, 2021. 308 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: проблемні лекції, практичні завдання з використанням інформаційних технологій, презентацій, розв'язання розрахунково-аналітичних задач та ситуаційних вправ, методу кейс-стаді, самостійна робота студентів.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, аналітично-розрахункових задач та ситуаційних вправ, захист індивідуальних та групових проектів);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.8. Назва. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ганущак Т. В., доц., канд. екон. наук, доц. каф. економіки та фінансів підприємства.

Результати навчання. Формування у майбутніх фахівців сучасного економічного мислення, набуття спеціальних знань та опанування ефективних прийомів і методів у галузі антикризового управління підприємством, удосконалення практичних навичок щодо діагностики кризового стану підприємства та загрози його банкрутства, підготовки та реалізації антикризової програми.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Мікроекономіка», «Економіка і фінанси підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг».

Зміст. Кризи у розвитку соціально-економічних систем. Обґрунтування методів дослідження кризових явищ у діяльності підприємства. Антикризове управління підприємством: сутність та методологія. Методичні засади та практичний інструментарій діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства. Діагностика потенціалу виживання підприємства. Економічні та організаційно-правові засади банкрутства і санації підприємства. Реструктуризація підприємства в системі антикризового управління. Розробка антикризової програми та антикризової стратегії підприємства.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси / засоби.

1. Кривов'язюк І.В. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник. 3-тє видання, доповн. і переробл. Київ : Видавничий дім "Кондор", 2025. 396 с.
2. Скібіцький О. М. Антикризове управління : підручник. Київ : ЦУЛ, 2022. 568 с.
3. Тюріна Н. М. Антикризове управління : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2023. 448 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація, лекція-конференція, бінарна, дуальна, лекція із заздалегідь запланованими помилками); семінарські і практичні заняття (тренінг, презентація, дискусія, комунікативний метод, симуляція, модерація, «мозкова атака», тренажерні завдання, метод кейс-стаді, робота в малих групах та ін.).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне і письмове опитування; перевірка огляду, презентації, індивідуальної самостійної електронної роботи, вправи, задачі, ситуатійного завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.9. Назва. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Ягельська К. Ю., проф., д-р екон. наук, проф. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у здобувачів освіти теоретичних знань та практичних навичок щодо формування, просування та стратегічного розвитку брендів на усіх рівнях господарювання.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент».

Зміст. Поняття та сутність бренд-менеджменту. Суб'єкти бренд-менеджменту. Керівник компанії як бренд-менеджер. Бренд як об'єкт управління. Функції

бренда. Моделі бренда. Система управління розвитком бренда. Планування бренда. Формування архітектури бренда. Інформаційне забезпечення бренд-менеджменту. Організація бренд-менеджменту. Контроль ефективності бренд-менеджменту. Комунікаційне забезпечення формування бренда.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бренд-менеджмент у сучасному бізнесі: навч. посіб. / упорядник О. М. Марченко. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2023. 268 с.
2. Григорчук Т. В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання. URL: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult>
3. Повалій Т.Л., Бойко О.П., Котенко О.О. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2024. 257 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів викладання: лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація); практичні заняття (презентація, дискусія, комунікативний метод, «мозкова атака», метод кейс-стаді, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, тестування, перевірка виконання індивідуальних проєктів, ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.10. Назва. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Гуляєва Н. М., проф., канд. екон. наук, проф. каф. економіки та фінансів підприємства.

Результати навчання. Здобуття студентами знань і набуття навичок з питань розроблення інвестиційної стратегії підприємства, аналізу інвестиційної привабливості проєктів, методів оцінювання їхньої ефективності, ризиків, ліквідності, формування інвестиційного фінансового портфеля та програм реальних інвестицій підприємства.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Економіка і фінанси підприємства».

Зміст. Теоретичні основи інвестиційного менеджменту. Сутність і функції інвестиційного менеджменту. Методологічні основи системного забезпечення інвестиційного менеджменту. Методичний інструментарій інвестиційного менеджменту. Сутність інвестиційного ринку, основні елементи та учасники. Ціноутворення і основні транзакції на інвестиційному ринку. Кон'юнктура інвестиційного ринку та методи її дослідження. Інвестиційна стратегія підприємства, принципи та порядок її

розробки. Інвестиційні ресурси підприємства та механізм їх формування. Управління грошовими потоками від інвестиційної діяльності підприємства. Форми реальних інвестицій підприємства та процес управління ними. Обґрунтування рішень щодо відбору реальних інвестиційних проєктів для реалізації. Форми фінансових інвестицій підприємства та засади управління ними. Оцінка інвестиційних якостей (інвестиційної привабливості) фінансових інструментів інвестування. Управління формуванням і реструктуризацією портфеля фінансових інвестицій підприємства. Методологічні засади інвестиційної оцінки підприємства та його активів. Міжнародні інвестиції.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Бланк І. О. Інвестиційний менеджмент : підручник : у 3 част. / І. О. Бланк, Н. М. Гуляєва, І. М. Вавдійчик. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 504 с.; 388 с.; 284 с.
2. Жигалкевич Ж. М. Кам'янська О. В. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 214 с.
3. Інвестиційний аналіз : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / І. М. Боярко, Л. Л. Гриценко. Київ : ЦУЛ, 2022. 400 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: лекції (оглядова, тематична, проблемна,); практичні заняття (презентація, дискусія, комунікативний метод, симуляція, модерація, «мозкова атака», робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне і письмове опитування; перевірка звіту, проєкту, аналітично-розрахункової задачі, ситуаційного завдання тощо);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва. ТОРГОВЕЛЬНІ МЕРЕЖІ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кавун О. О., доц., канд. екон. наук, доц. каф. логістики та торговельного бізнесу.

Результати навчання. Формування систематичних знань і розуміння аспектів теорії і практики діяльності різних видів підприємницьких мереж; сутності та класифікації торговельних мереж і передумов їх розвитку у сучасних умовах; типів стратегій розвитку корпоративних торговельних мереж; сутності, класифікації франчайзингових торговельних мереж та добровільних об'єднань у торгівлі, особливостей їх формування та забезпечення ефективного функціонування в умовах конкуренції.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Менеджмент»,

«Маркетинг», «Логістика», «Організація торгівлі».

Зміст. Основні етапи формування торговельних мереж у країнах світу. Передумови розвитку торговельних мереж в Україні. Фактори, що здійснюють вплив на формування торговельних мереж в Україні. Сутність та класифікація торговельних мереж. Конкурентні переваги торговельних мереж. Методичні підходи до розробки стратегії формування торговельних мереж. Організаційні форми функціонування торговельних мереж. Орендний менеджмент у торговельній мережі. Власні торговельні марки. Категорійний менеджмент у корпоративній торговельній мережі. Управління товаропостачанням торговельної мережі. Франчайзингові торговельні мережі. Управління взаємовідносинами між суб'єктами у франчайзинговій торговельній мережі. Торговельні центри та їх мережі. Види добровільних об'єднань у роздрібній торгівлі та принципи їх формування.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балджи М. Однополько В. Економіка та організація торгівлі : навч. посіб. Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2021. 344 с.
2. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
3. Кавун-Мошковська О. О. Торговельні мережі : підручник / О. О.Кавун-Мошковська. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 488 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: лекції (тематична, проблемна); практичні заняття з використанням ситуаційних та творчих завдань, виконанням індивідуальних проєктів та підготовкою презентацій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (письмове опитування, тестування, перевірка ситуаційних та творчих завдань, презентацій, контрольних робіт, захист індивідуального проєкту);
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.11. Назва. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Кармазінова В. Д., доц., канд. екон. наук, доц. каф. маркетингу.

Результати навчання. Формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок управління лояльністю споживачів.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Маркетинг», «Менеджмент».

Зміст. Сутність понять «лояльність споживачів», «задоволеність» та «прихильність». Типи лояльності споживачів. Сутність понять «маркетинг лояльності» та «маркетинг відносин». Історія становлення маркетингу лояльності в Україні та світі. Вплив маркетингового середовища на формування лояльності споживачів. Принципи та інструменти формування та управління лояльністю споживачів. Цілі та етапи формування лояльності споживачів. Сутність та види програм лояльності. Види винагород та способи їх накопичення у програмах лояльності. Інформаційно-аналітичне забезпечення імплементації програм лояльності. Методи сегментування споживачів 13 та визначення цільової аудиторії підприємства. Способи автоматизації програм лояльності. Види CRM-систем. Методи оцінювання результативності формування лояльності споживачів. Гейміфікація програм лояльності. Маркетингові комунікаційні стратегії управління лояльністю споживачів.

Рекомендовані джерела ті інші навчальні ресурси/засоби.

1. Виноградова О.В., Писар Н.Б. Управління лояльністю споживачів : навч. посібник. Київ ДУТ, 2021. 154 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/l_2217_43939264.pdf
2. Лояльність, в основі якої нецінові фактори, – найвища цінність. URL : <https://1reklama.esy.es/8-loyalnst-v-osnov-yakoyi-nechov-faktorinayvischacnnst.html>
3. Yayman F. How to Create Customer Loyalty: The Effects of Brand Perception, Service Quality, Customer Value and Satisfaction on Customer Loyalty. Kindle Edition. 2022. 163 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова/тематична);
- практичні заняття (презентація, дискусія, творчі індивідуальні завдання, метод кейс-стаді, модерація, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль – тестування; усне, письмове опитування; перевірка підготовленої презентації, дайджесту; ситуаційні завдання; захист проектів;
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.

4.12. Назва. GMP, НАССР ТА КОНТРОЛЬ БЕЗПЕЧНОСТІ ТОВАРІВ.

Тип. За вибором.

Рік навчання. 2026/2027, 2027/2028.

Семестр. II – III.

Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Мотузка Ю.М., проф., д-р техн. наук, проф. каф. товарознавства і фармації.

Результати навчання. Формування знань з теорії та методології застосування на практиці концепції НАССР у діяльності підприємств, що складають безперервний ланцюг виробництва та розподілу харчових продуктів, набуття ними навичок з розробки, впровадження та розвитку систем управління безпечністю продукції на підприємствах з виробництва та обігу харчових продуктів і продовольчої сировини, формування у студентів знань щодо мети, загальних підходів та організації контролю безпечності споживних товарів на основі вітчизняних та закордонних досвіду і практики.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. «Товарознавство».

Зміст. Термінологія та категоріальний апарат у сфері управління безпечністю харчових продуктів. Передумови розроблення та застосування НАССР. Інтегрований підхід до безпечності харчових продуктів в рамках життєвого циклу товару. Класифікація небезпечних чинників харчових продуктів і продовольчої сировини. Застосування загальних санітарно-гігієнічних вимог та обов'язкових програм-передумов при запровадженні систем управління безпечністю харчових продуктів. Роль і місце систем управління безпечністю у практиці підприємств виробничої і торговельної галузі в Україні. Порядок аудиту систем управління безпечністю харчових продуктів на відповідність сучасним критеріям. Порядок сертифікації систем управління безпечністю харчових продуктів на відповідність сучасним критеріям. Засади організації обов'язкового контролю безпечності споживних товарів в Україні та світі. Вивчення процедури проведення державних перевірок в Україні, зокрема санітарно-епідеміологічної експертизи. Вивчення критеріїв безпечності споживних товарів; фізіолого-гігієнічна характеристика різних груп харчових продуктів; характеристика показників безпеки різних груп непродовольчих товарів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-vp#Text>
2. Codex Alimentarius Commision. URL : www.fao.org/fao-whocodexalimentarius/
3. Safety and Quality Assurance in Food Supply Chain : Emerging Technologies and Challenges, edited by K. P.Sudhir, B.Lakshmanan. Taylor & Francis. 2021. 568 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних та нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні); практичні заняття (лабораторні дослідження показників якості продуктів, структури та властивостей матеріалів, презентація, семінари).

Методи оцінювання:

- поточний контроль – опитування, контрольна робота;
- підсумковий контроль (екзамен).

Мова навчання та викладання. Українська.