4. Інформація про освітні компоненти (обов'язкові компоненти (ОК) та вибіркові компоненти (ВК)).

ОК 1. ФІЛОСОФІЯ НАУКИ.
Тип. Обов'язкова дисципліна.
Рік навчання. 2026/2027.
Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Марина КОЛІНЬКО, д-р філос. наук, проф., професор кафедри філософії, соціології та політології.
Результати навчання. Надати аспірантам системні філософсько-наукові знання з актуальних проблем наукового розвитку, сприяти засвоєнню методологічних підходів у науково-дослідному процесі, опануванню інтегральних та фахових компетенцій для вирішення складних завдань і проблем дослідницького характеру науковцями освітнього ступеня «доктор філософії».
Зміст. Філософія науки і типи наукової раціональності. Культурний смисл науки, її світоглядні аспекти. Функції науки в суспільстві, вплив науки на суспільний розвиток. Наука як основа для створення принципово нової техніки й технології. Наукові революції та концепція історичної динаміки науки. Програма позитивістської критики філософії науки, неопозитивізм і постпозитивізм. Структура і методологія наукового дослідження. Особливості соціогуманітарного пізнання. Сучасна глобальна наука та її філософська рефлексія. Наука як основа для створення принципово нової техніки й технології. Міжнародні контексти наукових досліджень: плюралізм у полі пошуку, різноманітність пізнавальних засобів у культурних практиках різних країн.
Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Данильян О.Г., Дзьобань О.П. Методологія наукових досліджень: підручник. 2-ге вид. переробл. і доповн. Харків: Право, 2023. 488 с.
2. Дзьобань О.П. Філософія науки : підручник. ДНУ «Ін-т інформації, безпеки і права Нац. академії прав. наук України». Київ; Одеса : Фенікс, 2024. 516 с.
3. Самсонов В.В., Сільвестров А.М., Тачиніна О.М. Методологія наукових досліджень та приклади її використання: Навч. посібник. К.:НУХТ, 2022. 385 с.
4. Філософські проблеми сучасно наукового пізнання : підручник для студентів-магістрів усіх спеціальностей і форм навчання. / Я.В. Тараоєв; О.О. Дольська; Т.М. Дишкант та ін. Харків: Видавець Іванченко І. С., 2023. 350 с. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0056231.pdf.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота.
Методи оцінювання:

- поточний (опитування, колоквіуми, тестування);

- підсумковий (диференційований залік).

Знання та вміння аспірантів оцінюються на основі результатів поточного та підсумкового контролів за 100-баловою шкалою.
Мова навчання та викладання. Українська.

ОК2. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Тип. Обов'язкова дисципліна.
Рік навчання. 2026/2027.
Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Олена БОНДАРЕНКО, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу.
Результати навчання. Оволодіння загальними та фаховими компетентностями і досягнення програмних результатів навчання за відповідною освітньо-науковою програмою; формування системного розуміння науково-дослідного процесу, опанування методології наукового пізнання, розвиток умінь з планування, організації, презентації, комерціалізації та впровадження результатів наукових досліджень..
Зміст. Методологія наукових досліджень у маркетингу. Міждисциплінарні та цифрові напрями наукових досліджень у маркетингу. Міжнародні грантові проєкти. Національні програми фінансування наукових проєктів. Науковий текст. Презентація наукових досліджень. Бібліографічна культура. Академічна доброчесність. Правова охорона об'єктів права інтелектуальної власності в науково-дослідній сфері.
Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.
1. Академічна доброчесність: навч.-метод. посіб. /за заг. ред. д-ра юрид. наук, проф. О. В. Харитонової. Одеса: Юридика, 2024. 74 с. URL: https://dspace.onua.edu.ua/items/75d7f65f-c017-44cf-add8-2d7bdf75226d
2. Бабух І. Б. Методологія та організація наукових і прикладних досліджень у маркетингу: навч. пос. для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня. Чернівці: Чернівец. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2024. 260 с. https://surl.li/rrfefc
3. Мокін, Б. І. Методологія та організація наукових досліджень: підручник /3-е вид., змін. та доп. [Електронний ресурс] / Б. І.Мокін, О. Б. Мокін, В. Б. Мокін. – Вінниця: ВНТУ, 2023. 230 с. https://press.vntu.edu.ua/index.php/vntu/catalog/view/805/1408/2677-1
4. Право інтелектуальної власності. Підручник. Харітонова О.І., Харіторнов Є.О, Дмитришин В. Київ: «Юрінком Інтер», 2023. 540 с. https://jurkniga.ua/contents/pravo-intelektualnoyi-vlasnosti-pidruchnik.pdf
5. Янковець Т. М. Цифровий маркетинг та дизайн вражень : монографія / Т.М. Янковець. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. – 392 с.
Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
- практичні заняття (дискусія, імітація, моделювання ситуацій, «мозкова атака», робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених вправ, задач, ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ОК 3. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.

Тип. Обов'язкова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2027.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Альона ДЕСЯТКО, д-р філософії (комп'ютерні науки), доцент, завідувач кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки.

Результати навчання. Формування у аспірантів інформативно-комунікативних компетентностей, пов'язаних із розумінням сутності та можливостей сучасного інформаційного середовища щодо здійснення науково-дослідної та науково-педагогічної діяльності, використанням інформаційних технологій і систем у наукових дослідженнях для цілеспрямованого пошуку та систематизації наукової інформації, планування експерименту, оброблення та аналізу даних із застосуванням програмних засобів, методів економіко-математичного моделювання, технологій баз даних, використанням комп'ютерних мереж та науково-освітніх ресурсів Інтернету.

Зміст. Інформаційні та інноваційні технології у вирішенні задач професійної наукової діяльності. Інформаційні технології, системи і бази даних для обробки та публікації результатів наукових досліджень. Методи та технології інтелектуального аналізу даних (Data Mining) в наукових дослідженнях. Представлення результатів фундаментальних і прикладних наукових досліджень. Візуалізація та презентація наукових результатів. Результативність роботи науковця. Академічна доброчесність, системи перевірки тексту на антиплагіат. Використання хмарних технологій у практиці наукових досліджень. Безпека інформаційних технологій.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. SCImago Journal & Country Rank –URL: https://www.scimagojr.com/
2. Кібербезпека: монографія / В.І. Чубаєвський, Л.О. Власенко, Ю.В. Костюк та ін. – Київ: Держ. торг.-екон. ун-т, 2024. – 320 с. ISBN 978-966-918-154-1, DOI: 10.31617/m.knute.2024-331
3. 1. ISO/IEC 10746-2:2009. Інформаційні технології. Відкрита розподілена обробка. Еталонна модель - Фундаменти. URL: https://www.iso.org/standard/18836.html

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні) з використанням мультимедійних засобів; практичні роботи (традиційні, творчі завдання); застосування елементів дистанційного навчання.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування, контрольні роботи);
- підсумковий контроль (диференційований залік.).

Мова навчання та викладання. Українська.

ОК 4. ПЕДАГОГІКА ВИЩОЇ ОСВІТИ.

Тип. Обов'язкова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2027.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Юлія ГОЛОВНЯ, канд. екон. наук, доц., доцент кафедри публічного управління та адміністрування.

Результати навчання. Здобуття аспірантами глибоких знань про зміст та напрями реформування вищої освіти, опанування теоретичних, організаційно-процесуальних і методичних засад навчання та виховання студентів, а також оволодіння навичками наукової та професійної підготовки молоді згідно з державними й європейськими стандартами та актуальними потребами суспільства.

Зміст. Система вищої освіти в Україні та світі. Управління освітньо-виховним процесом закладу вищої освіти. Дидактичні основи педагогічного процесу. Форми організації навчання у закладах вищої освіти. Інтерактивні та інформаційні технології в освіті. Педагогічна майстерність викладача закладу вищої освіти.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Марцева Л.А. Педагогіка і психологія вищої школи : навч. посіб. / Л.А. Марцева. – Електронні дані. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2022. – 150 с.
2. Вітвицька С. С. Педагогіка вищої школи: практикум. Навчальний посібник. – Київ: Вид-во Центр учбової літератури, 2025. – 314 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Проблемні та тематичні лекції, семінарські заняття із використанням презентацій, дискусії, роботи в малих групах тощо.

Методи оцінювання:

– поточний контроль: опитування, індивідуальні роботи;

– підсумковий контроль – диференційований залік.

Мова навчання та викладання. Українська.

ОК 5. СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

Тип. Обов'язкова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2027.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Катерина ЯГЕЛЬСЬКА, д-р екон. наук, проф., професор кафедри маркетингу.

Результати навчання. Оволодіння загальними та спеціальними компетентностями і досягнення програмних результатів навчання за освітньо-науковою програмою; формування здатності наукового осмислення концептуальних підходів до стратегічного маркетингу,

оволодіння методологією розроблення, впровадження та оцінювання маркетингових стратегій професійному середовищі.

Зміст. Теоретико-концептуальний базис стратегічного маркетингу. Маркетингові стратегії в стратегічному наборі підприємства. Методологія стратегічного маркетингового аналізу. Генерація й аналіз стратегічних альтернатив розвитку. Формування стратегії маркетингу та механізм її вибору. Система управління стратегічним маркетингом.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Ларіна Я.С., Бабічева О.І., Боняр С.М., Гальчинська Ю.М. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. 2-ге вид., доп. і перероб. Одеса: Олді-плюс, 2025. 360 с.

2. Савчук В., Ковальов Д. Стратегування в умовах невизначеності. Київ: Лабораторія. 2024. 206 с.

3. Стратегічний маркетинг : підручник / О. І. Лабурцева, Л. К. Яцишина, О. С. Бондаренко, Т. М. Янковець; за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. 248 с.

4. Ягельська К.Ю., Ляшок Я.О., Марина А.С. Стратегії економічного розвитку: маркетинговий і фінансовий інструментарій: навч. посіб. / за заг. ред. К.Ю. Ягельської. Покровськ: ДонНТУ, 2022. 168 с.

5. West, D., Ford, J., Ibrahim, E., & Montecchi, M. Strategic marketing: Creating competitive advantage (4th ed.). Oxford University Press. 2022.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
- практичні заняття (дискусія, імітація, моделювання ситуацій, «Метод шести капелюхів», робота в малих групах, презентація).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; участь у дискусія; перевірка та обговорення ситуаційних завдань; комплексне завдання (проєкт));
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ОК 6. ЦИФРОВИЙ БРЕНДИНГ.

Тип. Обов’язкова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2027.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Тетяна ЯНКОВЕЦЬ, д-р екон. наук, проф., професор кафедри маркетингу.

Результати навчання. Оволодіння загальними та фаховими компетентностями і досягнення програмних результатів навчання за відповідною освітньо-науковою програмою; формування системних теоретичних знань та набуття практичних навичок щодо формування бренд-платформи та цифрової ідентичності бренда, побудови ефективних

цифрових бренд-комунікацій; розвиток навичок критичного мислення та дослідницького аналізу брендів у цифровому середовищі.

Зміст. Цифровий брендинг та бренд-платформа. Система цифрової ідентичності бренда. Система цифрових маркетингових бренд-комунікацій. Цифровий брендинг у соціальних медіа та контент-маркетинг. Просування брендів засобами цифрової реклами. Розвиток цифрового брендингу в економіці вражень.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. John Wiley & Sons Inc., 2023. 248 p.
2. Шарп Б. Як зростають бренди: чого не знають маркетологи. К.: Вид-во «Наш формат», 2025. 240 с.
3. Янковець Т.М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 260 с.
4. Янковець Т.М. Цифровий маркетинг та дизайн вражень : монографія. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 392 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, лекція-консультація);
- практичні заняття (дискусія, презентації, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка виконаних індивідуальних та ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ОК 7. ІНОЗЕМНА МОВА ДЛЯ АКАДЕМІЧНИХ ЦІЛЕЙ.

Тип. Обов’язкова дисципліна.

Рік навчання. 2027/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Вікторія ПРИМА, канд філол. наук, доц., доцент кафедри іноземної філології та перекладу; Оксана СОШКО, канд. філол. наук, доц., доцент кафедри іноземної філології та перекладу.

Результати навчання. Здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою в усній та письмовій формі, а також повного розуміння іншомовних наукових та фахових текстів з відповідної спеціальності, зокрема:

· досконало володіти іноземною мовою для академічних цілей з метою здійснення наукової комунікації, міжнародного співробітництва, відстоювання власних наукових поглядів;

· працювати з іншомовними джерелами фахового характеру;

· знаходити, аналізувати та використовувати інформацію з різних іншомовних фахових джерел у науковій діяльності, інтерпретувати результати наукових досліджень іноземною мовою;
· доводити результати досліджень до колег у чіткий і зрозумілий спосіб та брати участь у критичному діалозі й обговоренні питань економіки та управління іноземною мовою;
· перекладати іншомовні професійні тексти рідною мовою;
· слухати та конспектувати лекції, готувати та проводити семінари іноземною мовою;
· розуміти інформацію у ході обговорень лекцій, доповідей та висловлювати власну позицію під час професійного та наукового спілкування;
· демонструвати свідоме володіння орфографічними, лексичними, граматичними та стилістичними нормами сучасної іноземної мови;
· оперувати спеціальною термінологією для виконання професійних завдань.

Зміст. Персональна та професійна ідентифікація. Специфіка наукового стилю мови, жанри наукових робіт. Технічні та наукові статті і доповіді, термінотворення. Спілкування іноземною мовою у науковому та професійному середовищі. Технології роботи з науковими (фаховими) текстами, особливості користування термінологічним глосарієм і довідковою літературою.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Seda Gasparyan, Anna Knyazyan, Gevorg Barseghyan, Academic English: Theory & Practice (A guide for students in higher education) Yerevan: YSU Press, – 2022. — 284 p.
2. Adrian Wallwork, English for Academic Research: Vocabulary Exercises. Springer Nature Switzerland AG, – 2024, 257 p.
3. Brook-Hart Guy. Business Benchmark / Guy Brook-Hart. — Cambridge University Press, 2021. — 194 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Практичні заняття, самостійна робота. Застосування традиційних та інноваційних методів і технологій навчання: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний методи; методи інтерактивного навчання (презентація, дискусія, моделювання ситуацій, комп'ютерні технології).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування, тестовий контроль, перевірка підготовлених презентацій і реферативних повідомлень);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Англійська, українська.

ОК 8. УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЧНА МОВА.

Тип. Обов'язкова дисципліна.

Рік навчання. 2027/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Наталя ТЕСЛЕНКО, канд філол. наук, доц., доцент кафедри сучасних європейських мов.

Результати навчання. Здобуття компетентностей, необхідних для свідомого, нормативного й функціонально доцільного використання засобів української мови у сфері академічного та професійного спілкування, зокрема:

• володіти науковим стилем сучасної української літературної мови, її структурою, жанрами та засобами вираження;

• створювати усні та письмові тексти різних жанрів академічного дискурсу (доповідь, тези, анотація, реферат, есе, стаття);

• дотримуватися норм українського правопису, пунктуації, орфоепії, лексики, граматики й синтаксису;

• правильно вживати фахову термінологію, формувати авторські терміни відповідно до лексико-граматичних норм;

• редагувати й коригувати наукові тексти з урахуванням вимог до логічності, точності, нейтральності та доказовості;

• застосовувати принципи академічної доброчесності, правила цитування та оформлення бібліографічних посилань за стандартами (ДСТУ, APA, MLA);

• володіти навичками усного академічного мовлення — презентувати, аргументувати, дискутувати, публічно виступати українською мовою;

• користуватися сучасними цифровими інструментами (ШІ-засоби, Grammarly тощо) для редагування, оформлення й перевірки текстів

Зміст. Науковий стиль сучасної української мови, його функції та норми. Орфографічна система за Правописом 2019 р. Частини мови у фаховому дискурсі. Керування, сполучуваність і нормативні словосполучення. Лексико-семантична організація наукової інформації, термінотворення. Синтаксичні конструкції в академічних текстах і редагування. Цитування й оформлення джерел у науковому письмі. Усне академічне мовлення, культура публічного виступу, риторичні засоби й аргументація.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Колоїз Ж. В. Основи академічного письма : навч. посіб. 2-ге вид., доповн. і перероб. Кривий Ріг : ФОП Маринченко С. В., 2024. 143 с.
2. Онуфрієнко Г. Науковий стиль української мови. Навчальний посібник з алґоритмічними приписами. Київ : Центр учбової літератури. 2021. 426 с.
3. Плотницька І. Основи наукового мовлення : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури. 2022. 252 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Практичні заняття, самостійна робота, використання традиційних та інноваційних методів: пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, комунікативний, інтерактивні форми (дискусія, презентація, моделювання ситуацій, аналіз текстів, застосування цифрових технологій).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (усне опитування, тестовий контроль, перевірка підготовлених презентацій, есе, письмових завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 1. ІННОВАЦІЇ В ТОРГІВЛІ.

Тип. Вибіркова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Тарас КАРАВАЄВ, д-р техн. наук, проф., професор кафедри товарознавства та митної справи; Світлана Белінська, д-р техн. наук, проф., професор кафедри товарознавства і фармації; Наталія Ільченко, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри торговельного підприємництва та логістики.

Зміст. Дослідження міжнародного та вітчизняного досвіду щодо інноваційного розвитку торгівлі. Концепція формування та реалізації інноваційної політики підприємств сфери торгівлі. Ролі внутрішніх та зовнішніх факторів у формуванні інноваційної політики підприємств сфери торгівлі. Механізми реалізації: стимулювання, навчання, партнерства. Методичний інструментарій управління конкурентним потенціалом підприємств торгівлі. Методи діагностики та моніторингу конкурентного потенціалу. Використання KPI, Balanced Scorecard, системи внутрішніх аудитів. Інструменти аналізу ринку та конкурентів. Фінансові інструменти стимулювання інноваційної діяльності: податкові пільги на науково-дослідну діяльність, лізинг та фінансовий лізинг інноваційного обладнання, інноваційні ваучери, субсидії на патентування та R&D, гарантії на інвестиційні кредити. Оцінка ризиків і дохідності інноваційних проектів: методи оцінки ризику: аналіз сценаріїв, метод Монте-Карло, аналіз чутливості. Оцінка доходності інновацій: показники NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), PI (Profitability Index).

Наукові підходи до формування інноваційного товарного асортименту харчових продуктів. Ідентифікація потреб споживачів і технологічних трендів. Персоналізація асортименту для різних цільових груп та залучення потенційних споживачів до розробки нових товарів. Технологічні інновації. Використання функціональних інгредієнтів, біологічно активних добавок, рослинного білка, ферментів, пробіотиків, нових видів пакування тощо. Використання штучного інтелекту, методів математичного моделювання, Smart Food в прогнозуванні попиту та управлінні асортиментом інноваційних харчових продуктів. Переваги та недоліки застосування цифрових технологій. Актуальність забезпечення якісного харчування в умовах глобальних викликів – війна, зміна клімату, демографічні зміни. Інноваційні продукти як засіб боротьби з дефіцитом нутрієнтів, ожирінням, алергіями, непереносимістю глютену тощо.

Міжнародні стандарти та сертифікація інноваційних товарів. Значення науки про харчування у формуванні інноваційного асортименту. Провідна роль нутриціології, медицини, біохімії. Індивідуалізація харчування, дослідження мікробіому, роль генетичних особливостей у харчовому виборі. Новітні тренди: генна інженерія, культивовані м'ясо/молоко, штучні продукти (альтернативні джерела білка – комахи, водорості), біоупаковка, zero waste технології, функціональні інгредієнти: пробіотики, пребіотики, ферменти, рослинний білок, суперфуди.
Методології генерації інноваційних ідей для непродовольчих товарів. Креативні техніки: мозковий штурм, синектика, теорія розв'язання винахідницьких задач (ТРВЗ). Застосування дизайн-мислення та клієнтоорієнтованих підходів (Lean Startup, Customer Journey Mapping) у пошуку нових інноваційних рішень для створення інноваційних непродовольчих товарів. Теорії дифузії інновацій та їх застосування. Моделі поширення інновацій серед споживачів (Е. Роджерс). Сегментація ринку за сприйняттям інновацій. Інтелектуальна власність (ІВ) як актив інноваційного продукту. Роль патентів, промислових зразків та торговельних марок у захисті конкурентних переваг інноваційних непродовольчих товарів. Правові аспекти ліцензування та комерціалізації ІВ. Стратегії комерціалізації та виведення інновацій на ринок інноваційних непродовольчих товарів. Моделі Go-to-Market для нових непродовольчих товарів. Ціноутворення на інноваційні непродовольчі товари : "скімінг", вартісне ціноутворення. Побудова каналів дистрибуції непродовольчих товарів. Особливості маркетингового просування інноваційних непродовольчих товарів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р. — URL : https://zakon. rada.gov.ua/laws/show/526- 2019-%D1%80#Text.
2. Товарна інноваційна політика підприємства : навч. посіб. / Ю. А. Сагайдак, Н. С. Скопенко, О. М. Пєтухова, Т. Б. Харченко. — Київ : ФОП Ямчинський О.В, 2022. — 193 с.
3. Кириченко А. Інноваційні товари як основа інноваційного підприємництва / А. Кириченко, Л. Березовська // *Економіка та суспільство*, 2021. — (29).
4. Сімахіна Г. О. Здобутки і перспективи впровадження інновацій у харчовій промисловості України / Г. О. Сімахіна, Н. В. Науменко // *Міжнародний науковий журнал* «*Грааль науки*». 2021. — № 5. — С. 109—115.

5. Новікова Н. В. Проблеми впровадження інновації у харчовій промисловості. Технологія легкої і харчової промисловості / Н. В. Новікова, І. О. Ряполова // *Вісник ХНТУ*. — 2020. — № 1 (72). — Ч. 1. С. 117—122.
6. Защепкіна Н. М. Організація науково-інноваційної діяльності / Н. М. Защепкіна, Г. В. Дорожинська [Електронне навчальне видання]. — Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2022. — 84 с.
7. Chen, J., & Huang, R. (2020). Innovation capability and firm performance: The moderating role of competitive intensity. Journal of Business Research, 112, 214-224.
8. Teece, D. J. (2021). Dynamic capabilities and strategic management: Organizing for innovation and growth. *Oxford University Press*. DOI: 10.1111/j.1467-9310.2011.00638.x

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.
Проблемні та тематичні лекційні заняття; аналіз ситуаційних вправ (case study); тестування; контроль самостійної роботи аспіранта.
Методи оцінювання:
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 2. КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ.
Тип. Вибіркова дисципліна.
Рік навчання. 2026/2028.
Лектор, вчене звання, науковий ступінь, посада. Валентина ЖУКОВСЬКА, д-р екон. наук, доцент, професор кафедри менеджменту.

Результати навчання. Формування у здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії ґрунтовних теоретичних знань, практичних умінь та навичок щодо розроблення й реалізації стратегій комерціалізації результатів наукових досліджень і розробок, застосування механізмів інтеграції наукових результатів у бізнес як нематеріальних активів, використання інструментів аналізу, методів оцінки та способів правового й економічного захисту результатів комерціалізації як об’єктів інтелектуальної власності, забезпечення ефективного трансферу найбільш перспективних розробок на внутрішньому та зовнішніх ринках, а також засвоєння міжнародних практик управління інтелектуальною власністю у науково-дослідній та інноваційній діяльності..

Зміст. Концептуальні засади комерціалізації інтелектуальної власності (ІВ). Комерціалізація ІВ у структурі інноваційного циклу. Способи комерціалізації результатів наукових досліджень і розробок. Об’єкти ІВ як економічні активи та правові режими їх комерціалізації. Механізми комерціалізації ІВ та інструменти їх реалізації. Маркетингове забезпечення комерціалізації. Цифровізація та штучний інтелект (AI) у комерціалізації ІВ. AI як інструмент створення та масштабування об’єктів ІВ. Ризики комерціалізації AI та управління ними. Стратегії комерціалізації ІВ та їх інтеграція у бізнес-модель. Роль ІВ як ядра бізнес-моделі. Монетизація ІВ як стратегічний процес. Оцінювання вартості ІВ у процесі комерціалізації Ліцензування як форма комерціалізації результатів

наукових досліджень і розробок. Управління трансфером технологій у процесі комерціалізації ІВ. Технологічний аудит об‘єкта комерціалізації. Ризики трансферу технологій. Галузеві особливості створення та комерціалізації ІВ. Комерціалізація результатів досліджень у університетах. Капіталізація результатів досліджень.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Білоусова, Н. О., Гаврушкевич, Н. В., Данильченко, М. А., Цибульов, П. М., Ромашко, А. С. (2021). Інтелектуальна власність та патентознавство: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка» 374 с.

2. Мікульонок, І. О. (2023). Інтелектуальна власність та патентознавство [Електронний ресурс]: навч. посіб. для здобувачів ступеня магістра за технічними спеціальностями (4-те вид., переробл. і доповн.). КПІ ім. Ігоря Сікорського.234 с.

3. Catalano M. G. (2023). Technical Manual for Intellectual Property Rights Management. A Comprehensive Guide for Innovators and Businesses. URL: https://cognifog.eu/wp-content/uploads/2024/09/Technical-Manual-for-IPR.pdf. (дата звернення: 10.03.2026).

4. Ossa A. (2023) From Research to Market: A Comprehensive Guide. Cham: Springer. 136 с. URL: https://link.springer.com (дата звернення: 10.03.2026).

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.

Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: проблемні лекції, метод кейс-стаді, презентація проєктів, розв’язання розрахунково-аналітичних завдань, самостійна робота студентів.

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, індивідуальні завдання дослідження, виступ у дискусії, розв’язання кейсів, захист проєкту комерціалізації за напрямом дисертаційного дослідження (публікації).

- підсумковий контроль – диференційований залік.

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 3. МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.

Тип. Вибіркова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Андрій РОСКЛАДКА, д-р екон. наук, проф., зав. каф. цифрової економіки та системного аналізу.

Результати навчання. Формування системи знань з методології та інструментарію побудови й використання різних типів математичних моделей під час проведення на кових досліджень.

Зміст. Математичне моделювання у системі наукового дослідження. Оптимізаційні моделі. Оптимізаційні моделі в управлінні системами і ресурсами. Математичні методи прогнозування і трендового аналізу. Експертні методи моделювання в умовах невизначеності та багатокритеріальності. Оцінка якості, верифікація та інтерпретація

результатів моделювання.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Балтовський, О. О., Форос, Г. В., & Сіфоров, О. І. (2023). Основи математичного моделювання (О. А. Балтовський, Ред.). Одеський державний університет внутрішніх справ.
2. Нікітіна, Л., & Яценко, І. (2023). Моделі та методи прийняття рішень: Навчальний посібник. НТУ «ХПІ».
3. Шушура, О. М., Левченко, Л. О., & Онисько, А. І. (2026). Комп'ютерне моделювання: Навчальний посібник. КПІ ім. Ігоря Сікорського.
4. Fox, W. P., & Albright, B. (2023). Mathematical modelling with Excel. Chapman and Hall/CRC.
5. Mortelmans, D. (2025). Doing qualitative data analysis with NVivo. Springer. https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-66014-6.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання з використанням інноваційних технологій: лекції (тематичні, проблемні); практичні заняття (традиційні, робота в малих групах, інтерактивні онлайн-технології).

Методи оцінювання:

– поточний контроль (тестування, усне та письмове опитування, перевірка практичних та індивідуальних робіт);

– модульний контроль;

– підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська, англійська.

ВК 4. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ.

Тип. Вибіркова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2028

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Тетяна КНЯЗЄВА, д-р екон. наук, проф., професор кафедри маркетингу.

Результати навчання. Оволодіння загальними та фаховими компетентностями й досягнення програмних результатів навчання за ОНП «Маркетинг»; набуття поглиблених знань щодо сучасних теорій, концепцій і методологічних підходів до дослідження міжнародного маркетингу; здатність критично аналізувати процеси трансформації глобальних ринків, поведінку споживачів та еволюцію міжнародних маркетингових стратегій; формування навичок розроблення й перевірки наукових гіпотез, використання сучасних методів дослідження, цифрових технологій та аналітичних інструментів у міжнародному маркетингу; здатність генерувати нові наукові знання, здійснювати міждисциплінарні

дослідження, презентувати та публікувати результати наукової діяльності відповідно до принципів академічної доброчесності.

Зміст. Теоретико-методологічні засади міжнародного маркетингу та еволюція наукових підходів до його дослідження. Глобальне маркетингове середовище, трансформація міжнародних ринків і сучасні виклики розвитку світової економіки. Поведінка споживачів та культурні детермінанти прийняття рішень на міжнародних ринках. Маркетингові стратегії та механізми формування конкурентних переваг міжнародних компаній у глобальному середовищі. Інновації, цифрові технології, штучний інтелект і маркетингова аналітика в міжнародному маркетингу. Концепції сталого розвитку, соціально відповідального маркетингу, етичні аспекти міжнародної маркетингової діяльності та наукова комунікація у сфері міжнародного маркетингу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Глобалізаційні процеси в світовій економіці в умовах невизначеності: монографія / В.М. Кочетков, Н.В. Касьянова, Т.В. Князєва, А.О. Сімахова та ін. // за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В.М. Кочеткова. Київ: Видавництво Ліра-К, 2025. 176 с.
2. Замкова Н.Л., Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Довгань Ю.В. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Вінниця. Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 340 с. URL: https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=29647.pdf
3. Князєва Т.В., Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В., Радченко О.А. Стратегічні напрями розвитку комплексних маркетингових технологій в умовах глобальної цифровізації ринків: монографія. К.: НАУ, 2024. 182 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4,0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гармаван Катарджая, Іван Сатьяван: пер. з англ. 2-ге вид. виправл. К.: Вид. група КМ БУКС. 2021. 224 с.
5. Ларіна Я.С., Бабічева О.І, Буряк Р.І., Рафальська В.А. Міжнародний маркетинг: навчальний посібник. Видавництво: Університетська книга. 2024. 452с.
6. Могилевська О.Ю., Слободяник А.М., Павловський С.А., Князєва Т.В., Шамрай Н.В., Намлієв Є.В. Ринок цифрових послуг: маркетинг та менеджмент регіональних процесів: монографія. Київ, КиМУ. 2023. 276 с.
7. Ronkainen I., Czinkota M. International Marketing. Cengage Learning. 2022. 720 p.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);

- практичні заняття (кейс-метод, методи дискусій та фасилітації, симуляції маркетингових рішень, групові проєкти та індивідуальні дослідницькі завдання, інструменти візуалізації даних)

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених вправ, задач, ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 5 ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО.

Тип. Вибіркова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Марина КОЛІНЬКО, д-р філос. наук, проф., професор кафедри філософії, соціології та політології.

Результати навчання. Уміння доводити результати досліджень та інновацій та публічно їх представляти, обговорювати і дискутувати з науково-професійною спільнотою.

Уміння застосовувати набуті комунікативні компетентності й етичні настанови для ведення наукових дискусій та з метою пошуку вирішення актуальних проблем філософії.

Зміст. Ораторське мистецтво як компонент культури особистості. Поняття ораторського мистецтва. Функції красномовства. Ораторське мистецтво в системі гуманітарних наук. Цілі та завдання ораторського мистецтва. Формування позитивного професійного іміджу засобами мови. Основні етапи зародження і розвитку ораторського мистецтва.

Основи ораторської майстерності викладача. Публічний виступ викладача. Розвиток красномовства в Україні. Оратор і аудиторія. Публічний виступ. Фігури публічного виступу. Основи техніки мовлення у публічному виступі. Рефрейминг в ораторському мистецтві: особливості застосування. Втілення принципу позитивного мислення в техніку публічного виступу. Контроль і регуляція дихання під час публічного виступу. Місце та роль сторітелінгу в академічному красномовстві. Доказ та обґрунтування у публічному виступі.

Застосування технологій нейролінгвістичного програмування як засіб маніпуляції колективною свідомістю. Ораторська майстерність і цифрові технології. Діджиталізація освітньо-наукового процесу та професійно-виробничої діяльності фахівця в галузі обраної спеціальності. Риторичний аспект проведення ділових зустрічей. Ділове спілкування і його особливості.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. *Колінько М. В. Риторика для політологів : навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти. Київ : ФОП Халіков Р. Х. 2022. 127 с.*
2. Кравець Л., Барань Є. Основи риторики. Навчальний посібник. Київ : Кондор, 2025. 172 с.
3. Риторика в філософсько-комунікативному вимірі : навчальний посібник / В.М. Вандишев, О.С. Переломова. КОНДОР, 2024. 492 с.
4. Себах-Монтефіоре С. Промови, що змінили світ. КМ-БУКС, 2024. 328 с.
5. *Jaspreet Kaur Bodhraj. Oratory Agilities. NotionPress, 2022. 132 p.*

Заплановані навчальні заходи та методи викладання.
Лекції, семінарські, практичні заняття, самостійна робота.
Методи оцінювання:
– поточний контроль (опитування, колоквіуми, тестування);
– підсумковий контроль (диференційований залік).
Мова навчання та викладання. Українська.

ВК.6 Назва. РИЗИКИ В МАРКЕТИНГУ.
Тип. Вибіркова дисципліна.
Рік навчання. 2026/2028.
Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Олена БОНДАРЕНКО, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри маркетингу.
Результати навчання. Оволодіння загальними та фаховими компетентностями і досягнення програмних результатів навчання за відповідною освітньо-науковою програмою; формування системних теоретичних знань щодо ризиків у маркетингу, набуття практичних навичок застосування інструментарію ідентифікації, оцінювання та нейтралізації ризиків, а також прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації.
Зміст. Маркетингові та фінансові рішення в управлінні підприємством. Маркетингові ризики в ієрархії ризиків підприємства.
Ефективність маркетингу з урахуванням ризику. Класифікація ризиків в маркетингу. Управління та нейтралізація ризиків у маркетингу. Методи оцінювання ризиків в маркетингу. Прийняття маркетингових рішень в умовах неповної інформації
Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Маркетинг: світовий досвід та український вимір : підручник / за заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с.
2. Кібік О., Слободянюк О., Кузнецова Л. Ризик-менеджмент : навч.-метод. посібник [Електронне видання] / О. Кібік, О. Слободянюк, Л. Кузнецова; Нац. ун-т «Одес. юрид. академія». – Одеса : Фенікс, 2024. – 84 с.
3. Hunziker S. *Enterprise Risk Management: Modern Approaches to Balancing Risk and Reward*. 3rd ed. Wiesbaden: Springer Gabler, 2025. 257 p.
4. Стратегічний маркетинг: підручник /О. І. Лабурцева, Л. К. Яцишина, О.С. Бондаренко, Т.М. Янковець; за ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 248 с.
5. Лабурцева О.І. (2019) Ризики в маркетингу: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 476 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:
- лекції (оглядова, тематична, проблемна, лекція-консультація);
- практичні заняття (дискусія, імітація, моделювання ситуацій, «мозкова атака», робота в малих групах).

Методи оцінювання:
- поточний контроль (тестування; усне/ письмове опитування; перевірка та обговорення підготовлених вправ, задач, ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 7. СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ.

Тип. Вибіркова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Валентина РЯЗАНЦЕВА, канд. фіз.-мат. наук, доц., доцент кафедри статистики та економетрії.

Результати навчання. Здобуття системних знань і набуття практичних навичок щодо статистичного аналізу результатів масових процесів, створення математико-статистичних моделей досліджуваних явищ, аналізу відповідності створених моделей досліджуваним процесам, прогнозування розвитку процесів, класифікації об'єктів, вимірювання складних соціально-економічних категорій, що дасть змогу перевіряти висунуті наукові гіпотези та обґрунтовувати отримані наукові висновки.

Зміст. Методологічні основи статистичного аналізу та прогнозування. Статистичне оцінювання параметрів масових процесів та основи статистичного висновку. Статистична перевірка гіпотез. Статистичне моделювання взаємозв'язків показників та результатів експериментів. Особливі випадки багатофакторного моделювання. Аналіз одновимірних часових рядів та їх прогнозування. Аналіз та моделювання взаємозв'язків часових рядів.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Єріна А. М., Мазуренко О. В. **Статистичний аналіз часових рядів: навч. посіб.** Київ: КНУШ, 2022. 164 с. URL: https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstreams/29b570e3-a1da-4750-9c88-dc0ef0b47cb7/content (дата звернення: 14.05.2026).
2. Gourieroux C., Jasiak J. **Financial Econometrics: Problems, Models, and Methods**. Princeton : Princeton University Press, 2022. 528 p.
3. **Ekonometrika Terapan: Lecture 1**. 2022. URL: https://ru.scribd.com/document/603435374/Ekonometrika-Terapan-Lecture-1-2022 (дата звернення: 14.05.2026).
4. Shumway R. H., Stoffer D. S. **Time Series Analysis and Its Applications with R Examples**. 5th ed. Cham: Springer, 2025. URL: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-70584-7 (дата звернення: 14.05.2026).
5. Hamoudia M., Makridakis S., Spiliotis E. (eds.). **Forecasting with Artificial Intelligence: Theory and Applications**. Cham : Springer, 2023. URL: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-35879-1 (дата звернення: 14.05.2026).
6. Valenzuela O. et al. (eds.). **Theory and Applications of Time Series Analysis and Forecasting: Selected Contributions from ITISE 2021**. Cham : Springer, 2023. URL: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-14197-3 (дата звернення: 14.05.2026).

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Лекції, практичні заняття, наскрізне завдання на основі реальних даних із використанням

вільного у доступі середовища програмування і пакетів статистичних програм.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тести, перевірка індивідуальних завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 8. ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ.

Тип. Вибіркова дисципліна.

Рік навчання. 2026/2028.

Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Тетяна ЯНКОВЕЦЬ, д-р екон. наук, проф., професор кафедри маркетингу.

Результати навчання. Оволодіння загальними та фаховими компетентностями і досягнення програмних результатів навчання за відповідною освітньо-науковою програмою; формування системних теоретичних знань та набуття практичних навичок щодо особливостей здійснення маркетингової діяльності з застосуванням цифрових технологій, каналів, методів та інструментів цифрового маркетингу, а також розроблення стратегії цифрового маркетингу з обґрунтуванням інструментарію ефективної її реалізації.

Зміст. Сутність цифрового маркетингу: поняття, принципи, структурні компоненти. Стратегічне управління цифровим маркетингом. Вебсайт у цифровому маркетингу. Технології аналізу та пошукового маркетингу. Автоматизація маркетингу. Мобільні технології цифрового маркетингу.

Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. John Wiley & Sons Inc., 2023. 248 p.
2. Янковець Т.М. Технології цифрового маркетингу : підручник. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 260 с.
3. Янковець Т.М. Цифровий маркетинг та дизайн вражень : монографія. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 392 с.

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій:

- лекції (тематична, лекція-консультація);
- практичні заняття (дискусія, презентації, робота в малих групах).

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка виконаних індивідуальних та ситуаційних завдань);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.

ВК 9. УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ.
Тип. Вибіркова дисципліна.
Рік навчання. 2026/2028.
Лектор, науковий ступінь, вчене звання, посада. Дмитро КОЧУБЕЙ, канд. екон. наук, доц., доцент кафедри логістики та торговельного бізнесу.
Результати навчання. Знання сучасних концепцій і технологій, які використовують під час організації процесу управління ланцюгами постачання; набуття основних навичок у галузі стратегічного планування, організації та управління ланцюгами постачання; вміння ухвалювати рішення в управлінні ланцюгами постачання; координувати взаємовідносини між учасниками ланцюга постачання; оцінювати економічну ефективність функціонування ланцюга постачання; здійснювати інформаційну підтримку в управлінні ланцюгами постачання та використовувати наукові підходи для написання дисертаційної роботи.
Зміст. Теоретико-методологічні основи управління ланцюгами постачання. Проєктування ланцюгів постачання. Управлінські рішення у ланцюгах постачання. Прийняття рішень в управлінні ланцюгами постачання в умовах невизначеності. Управління ризиками та забезпечення надійності функціонування ланцюгів постачання. Управління бізнес-процесами у ланцюгах постачання. Розроблення та реалізація логістичних стратегій у ланцюгах постачання. Інтеграція і співпраця у ланцюгах постачання. Інформаційні технології управління ланцюгом постачання. Економічні аспекти управління ланцюгами постачання. Управління ланцюгами постачання на глобальному рівні. Управління ланцюгами постачання під час оголошення воєнного стану. Особливості розподілу та доставки гуманітарних вантажів.
Рекомендовані джерела та інші навчальні ресурси/засоби.

1. Основи логістики та управління ланцюгами постачання: навчальний посібник / Смерічевська С.В., Іваненко Л.М. Львів : Видавництво ФОП Марченко Т.В. 2026. 391 с.
2. Луценко І.С. Управління ланцюгами поставок. Конспект лекцій. Навчальний посібник / Електронне мережне навчальне видання. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 175 с. https://ela.kpi.ua/server/api/core/ bitstreams/69cafc6d-f794-4275-a563-f8e6156c7bf1/content
3. Загурський, О. М. Управління ланцюгом постачань : підручник / О. М. Загурський. -К. :2023. - 333 с. ─ режим доступу: https://dglib.nubip.edu.ua/handle/123456789/10615

Заплановані навчальні заходи та методи викладання. Поєднання традиційних і нетрадиційних методів викладання із використанням інноваційних технологій: лекції (оглядові / тематичні); семінарські / практичні заняття.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (тестування, перевірка індивідуальних завдань, ситуаційних вправ, творчих завдань, захист проєктів);
- підсумковий контроль (диференційований залік).

Мова навчання та викладання. Українська.