

перший (бакалаврський) рівень освіти

спеціальність 075 «Маркетинг»

ОПП «Маркетинг»

1 курс

1.1. Технологія виробництва продукції тваринництва

1.2. Основи тваринництва

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни

"Технології виробництва продукції тваринництва "

на 2020 – 2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075"Маркетинг"

Освітньо-професійна програма "Маркетинг"

Кількість годин за навчальним планом – 44

Лекції – 22 години, практичних занять -22 години

Форма підсумкового контролю –залік

Семестр, в якому викладається дисципліна - 2 семестр

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни

Мета навчальної дисципліни: обґрунтування доцільності використання заходів, спрямованих на збільшення виробництва та підвищення якості продукції тваринництва, підвищення її конкурентоспроможності.

Спеціальні компетентності

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність коректно проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
3. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
4. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Програмні результати навчання:

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни

" Основи тваринництва "

на 2020 – 2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075"Маркетинг"

Освітньо-професійна програма "Маркетинг"
Кількість годин за навчальним планом – 44
Лекції – 22 години, практичних занять -22 години
Форма підсумкового контролю – залік
Семестр, в якому викладається дисципліна - 2 семестр
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: забезпечення розуміння основних завдань і базових принципів роботи галузі тваринництва у сфері виробництва та реалізації продукції, відповідно до вимог чинного законодавства України.

Спеціальні компетентності

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність коректно проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
3. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
4. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Програмні результати навчання:

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

2.1. Системи технологій

2.2. Механізація та автоматизація виробництва

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни « Механізація та автоматизація виробництва» на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом - 90 год.
Лекцій – 20 год., практичних занять – 20 год.
Форма підсумкового контролю – залік
Семестр в якому викладається дисципліна – 2
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – оволодіння науковими знаннями з питань механізації, електрифікації та автоматизації сільськогосподарського виробництва.

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
3. Здатність діяти відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

1. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Програмні результати навчання (РН):

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПАСПОРТ

**навчальної дисципліни «Системи технологій»
на 2020-2021 навчальний рік**

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом - 90 год.
Лекцій – 20 год., практичних занять – 20 год.
Форма підсумкового контролю – залік
Семестр в якому викладається дисципліна – 2
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – вивчення інноваційних принципів функціонування механізованих технологічних ліній та систем в підприємствах агропромислового комплексу.

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
3. Здатність діяти відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):

1. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

Програмні результати навчання (РН):

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

3.1. Технологія виробництва продукції рослинництва

3.2. Система агрозаходів в рослинництві

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Технологія виробництва продукції рослинництва» на 2020-2021 навчальний рік

Перший бакалаврський рівень вищої освіти

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 34 год., практичних занять – 34 год.

Форма підсумкового контролю – залік.

Семестр, в якому викладається дисципліна – 2-й.

Дисципліна – вибіркова.

Анотація дисципліни:

Метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи знань з виробництва продукції рослинництва, умінь щодо раціонального вибору та ефективного застосування різних елементів технології для підвищення продуктивності культури і зниження собівартості продукції.

Інтегральна компетентність: здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу.
2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
2. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

2. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Система агрозаходів у рослинництві» на 2020-2021 навчальний рік

Перший бакалаврський рівень вищої освіти

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 34 год., практичних занять – 34 год.

Форма підсумкового контролю – залік.

Семестр, в якому викладається дисципліна – 2-й.

Дисципліна – вибіркова.

Анотація дисципліни:

Метою навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців системи знань про системи агрозаходів у рослинництві, умінь щодо раціонального вибору та

ефективного застосування різних елементів технології для підвищення продуктивності культури і зниження собівартості продукції.

Інтегральна компетентність: Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу.
2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
2. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

2. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

4.1. Екологія

4.2. Основи екологічного моніторингу

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Екологія»

на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 90 год.

Лекцій – 20 год., практичних занять – 20 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр, в якому викладається дисципліна – 2

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни вивчати взаємодію людини з навколишнім середовищем у процесі її господарської діяльності і, зокрема, вплив сільськогосподарської діяльності на природні комплекси та їх компоненти, взаємодію між компонентами агроєкосистем і специфіку колообігу у них речовин, перенесення енергії, характер функціонування агроєкосистем в умовах техногенного навантаження.

Компетентності

1. Здатність до абстрактного мислення аналізу і синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Програмні результати навчання

1. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

2. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни «Основи екологічного моніторингу»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 90 год.
Лекцій – 20 год., практичних занять – 20 год.
Форма підсумкового контролю – залік
Семестр, в якому викладається дисципліна – II-ий
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни вивчати взаємодію людини з навколишнім середовищем у процесі її господарської діяльності і, зокрема, вплив антропогенної діяльності на природні комплекси та їх компоненти, взаємодію між компонентами агроєкосистем і специфіку колообігу речовин, перенесення енергії, характер функціонування агроєкосистем в умовах техногенного навантаження, а також моніторинг екологічної діяльності.

Компетентності

1. Здатність до абстрактного мислення аналізу і синтезу
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Програмні результати навчання

1. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
2. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

2 курс

5.1. Правознавство

5.2. Основи права

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни «Правознавство»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 150 год.
Лекцій – 36 год., практичних занять – 36 год.
Форма підсумкового контролю – екзамен
Семестр, в якому викладається дисципліна – 3
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти системи правових знань; засвоєння здобувачами основних положень права, формування й

розвиток вміння користуватися нормативно-правовими актами для вирішення практичних правових завдань і ситуацій; розуміння здобувачами місця й ролі всієї системи права України та окремих її галузей.

Компетентності

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
4. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
5. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Основи права»

на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти.

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 150 год.

Лекцій – 36 год., практичних занять – 36 год.

Форма підсумкового контролю – екзамен

Семестр, в якому викладається дисципліна – 3

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Метою навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти знань про систему права України, її характеристики та особливості; про теорії виникнення держави і права; засвоєння здобувачами базових положень права, формування й розвиток вміння користуватися законодавчими та підзаконними нормативно-правовими актами для вирішення практичних правових завдань і ситуацій; розуміння здобувачами місця й ролі всієї системи права України та окремих її галузей.

Компетентності

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його

сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
4. Здатність працювати в міжнародному контексті.
5. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
4. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
5. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

6.1. Електронна комерція

6.2. Інтернет-технології в бізнесі

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Електронна комерція» на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 - «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 90 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр, в якому викладається дисципліна – 7

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – формування системи теоретичних та практичних знань про основні напрями розвитку електронної комерції, способи ведення електронного бізнесу і комерції та виконання ділових операцій та угод з використанням електронних засобів.

Компетентності

Інтегральна компетентність – Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
2. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності

3. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

4. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

5. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

3. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

4. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Інтернет-технології в бізнесі» на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 - «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом –90 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр, в якому викладається дисципліна – 7

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – формування системи теоретичних та практичних знань з проведення фінансово-комерційних операцій з використанням електронних засобів і нових комп'ютерно-телекомунікаційних технологій, а також можливостей застосування цих технологій у різних сферах фінансово-економічної діяльності для підвищення якості роботи підприємств і організацій.

Компетентності

Інтегральна компетентність – Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

2. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності

1. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

2. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

3. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

3. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

4. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

7.1. Конфліктологія

7.2. Управління конфліктами

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Конфліктологія»

на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.

Форма підсумкового контролю – ПМК (залік)

Семестр, в якому викладається дисципліна – 4

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Метою навчальної дисципліни є формування системи знань про природу конфліктів, набуття практичних навичок у їх вирішенні, вироблення вмінь прогнозувати і контролювати конфліктну ситуацію, позитивно сприймати конфлікт і прагматично його використовувати.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
2. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
6. Здатність працювати в команді.
7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
8. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

2. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

4. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Управління конфліктами»

на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.

Форма підсумкового контролю – ПМК (залік)

Семестр, в якому викладається дисципліна – 4

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Метою навчальної дисципліни є формування системи знань про природу конфліктів, набуття практичних навичок у їх вирішенні, вироблення вмінь прогнозувати і контролювати конфліктну ситуацію, позитивно сприймати конфлікт і прагматично його використовувати.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
2. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
6. Здатність працювати в команді.
7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
8. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

2. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

3. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

4. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації, а також належного використання професійної термінології.

5. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8.1. Організація та нормування праці

8.2. Система наукових методів організації праці

ПАСПОРТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Організація та нормування праці»

2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність – 075 «Маркетинг»

Освітньо – професійна 075 «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 годин / 4 кредитів ЄКТС

Лекцій – 28 год., практичних – 28 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр, в якому викладається дисципліна – 3

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: Формування у майбутніх фахівців спеціальних знань та комплексу прикладних навичок з організації та нормування праці в підприємствах аграрної сфери.

Компетентності:

Інтегральна:

Здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

1. Здатність реалізувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства,

техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).
9. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні компетентності (СК):

1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
3. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
4. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
5. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

- 1 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
2. Застосувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
3. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розрахувати економічні та маркетингові показники, обґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
4. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПАСПОРТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Система наукових методів організації праці» 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність – 075 «Маркетинг»

Освітньо – професійна 075 «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 годин

Лекцій – 28 год., практичних – 28 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр, в якому викладається дисципліна – 3

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців спеціальних знань та комплексу прикладних навичок із системи наукових методів організації праці в підприємствах аграрної сфери.

Компетентності:

Інтегральна:

Здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

1. Здатність реалізувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

5. Здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях.

6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

9. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні компетентності (СК):

1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

3. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

4. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

5. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

1 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

3. Застосувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

4. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

9.1. Операційний менеджмент

9.2. Внутрішній економічний механізм господарювання

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Операційний менеджмент»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 90 годин

Лекцій – 30 год., практичних занять – 30 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр в якому викладається дисципліна – 4

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: підготовка висококваліфікованих фахівців (бакалаврів) з маркетингу, здатних формувати уміння розробляти операційну стратегію організації, створювати операційну систему, а також управляти її функціонуванням.

Компетентності:

загальні:

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
7. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
9. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
10. Здатність працювати в міжнародному контексті.

спеціальні(фахові):

1. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
2. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати

господарської діяльності ринкових суб'єктів.

8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчальної дисципліни:

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати

рівень особистої професійної підготовки.

17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни
«Внутрішній економічний механізм господарювання»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 90 годин

Лекцій – 30 год., практичних занять – 30 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр в якому викладається дисципліна – 4

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни:

Підготовка висококваліфікованих фахівців (бакалаврів) з маркетингу, здатних формувати вміння розробляти операційну стратегію організації, створювати операційну систему, а також управляти її функціонуванням.

Компетентності:

загальні:

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
7. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
9. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
10. Здатність працювати в міжнародному контексті.

спеціальні (фахові):

11. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
12. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
13. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
14. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності

та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

15. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

16. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

17. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

18. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

19. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

20. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

21. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

22. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

23. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

24. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчальної дисципліни:

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької

та управлінської ініціативи.

14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

3 курс

10.1. Управління інноваціями

10.2. Управління інноваційними процесами на підприємстві

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Управління інноваціями» на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 30 год., практичних занять – 30 год.

Форма підсумкового контролю – ПМК (залік)

Семестр, в якому викладається дисципліна – 5

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навичками управління інноваційною діяльністю організації.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
6. Здатність працювати в команді.
7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
8. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
4. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Управління інноваційними процесами на підприємстві» на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 120 год.
Лекцій – 30 год., практичних занять – 30 год.
Форма підсумкового контролю – ПМК (залік)
Семестр, в якому викладається дисципліна – 5
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навичками управління інноваційними процесами на підприємстві.

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
6. Здатність працювати в команді.
7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
8. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
2. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

3. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

4. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

11.1. Інвестування

11.2. Інвестиційна діяльність підприємства

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Інвестування»

на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 годин

Лекцій – 28 год., практичних занять – 28 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр в якому викладається дисципліна – 4

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: ознайомлення з суттю та механізмом інвестування; формування теоретичної та методологічної бази, необхідної для досконалого володіння практикою використання інвестиційних інструментів для залучення інвестицій; вироблення вміння оцінювати та аналізувати інвестиційні портфелі та проекти, а також інвестиційну політику, що проводиться в країні.

Компетентності:

інтегральна: здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплектною та невизначеністю умов.

загальні:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

спеціальні (фахові):

1. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
2. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
3. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчальної дисципліни:

1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни «Інвестиційна діяльність підприємства»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 120 годин
Лекцій – 28 год., практичних занять – 28 год.
Форма підсумкового контролю – залік
Семестр в якому викладається дисципліна – 4
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: надання теоретичних знань та практичних навичок щодо сутності механізму функціонування інвестиційного процесу.

Компетентності:

інтегральна: здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплектною та невизначеністю умов.

загальні:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

спеціальні (фахові):

1. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
2. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
3. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

Програмні результати навчальної дисципліни:

1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

12.1. Менеджмент персоналу

12.2. Кадровий менеджмент

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни «Менеджмент персоналу»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 120 год.
Лекцій – 30 год., практичних занять – 30 год.
Форма підсумкового контролю – ПМК (залік)
Семестр, в якому викладається дисципліна – 6
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни є формування у здобувачів навичок щодо основних положень теорії і практики менеджменту персоналу підприємств АПК в умовах динамічного зовнішнього і внутрішнього середовища.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність розв’язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сфері маркетингової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу.
2. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань в взятих обов’язків.
3. Здатність працювати в команді.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
6. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
7. Здатність працювати в міжнародному контексті.
8. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
9. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність використовувати інформаційні маркетингові системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
3. Здатність конкретно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Уміти розраховувати оптимальну кількість працівників підприємства.
2. Уміти використовувати сучасні методи набору, відбору кадрів.
3. Уміти інформаційно та документально забезпечувати менеджмент персоналу, застосовувати методи оцінки персоналу.
4. Володіти інструментарієм стимулювання працівників.
5. Уміти розраховувати та здійснювати об’єктивну оцінку показників ефективності менеджменту персоналу підприємств.

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни «Кадровий менеджмент»
на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 120 год.
Лекцій – 30 год., практичних занять – 30 год.
Форма підсумкового контролю – ПМК (залік)
Семестр, в якому викладається дисципліна – 6
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни є формування у здобувачів системи знань щодо основних принципів і методів кадрової роботи, навиків системного формування і проведення ефективної кадрової політики.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність розв’язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сфері маркетингової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу.
2. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань в взятих обов’язків.
3. Здатність працювати в команді.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
6. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
7. Здатність працювати в міжнародному контексті.
8. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
9. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність використовувати інформаційні маркетингові системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
3. Здатність конкретно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Уміти здійснювати аналіз сучасної організації, організаційної культури.
2. Уміти визначати основну мету, напрямки та типи кадрової політики в організації.
3. Уміти будувати різні моделі управлінських ситуацій, і знаходити шляхи управління поведінкою персоналу в них.
4. Визначати потребу в персоналі і вміти враховувати витрати на персонал, нормування й облік чисельності.

5. Уміти складати плани проведення ділових бесід, виробничих нарад.
6. Уміти аналізувати практику застосування різних стилів управління персоналом.
7. Уміти управляти організацією, її змінами, здійснюючи їх інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення, в тому числі у відповідності до міжнародних стандартів.

13.1. Аграрний маркетинг

13.2. Маркетинг аграрних підприємств

**ПАСПОРТ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ»
на 2020 / 2021 навчальний рік**

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма 075 «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр, в якому викладається дисципліна – 6

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни

Мета навчальної дисципліни. Формування у майбутніх фахівців сфери АПК необхідного обсягу знань для успішної маркетингової діяльності, засвоєння теоретичних основ і практичних аспектів складових комплексу маркетингу.

Компетентності:

Інтегральна: здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

1. Здатність реалізувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.
2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).
9. Здатність працювати в міжнародному контексті.

10. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні компетентності (СК):

1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
10. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
11. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
12. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

- 1 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
3. Застосувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розрахувати економічні та маркетингові показники, обґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
5. Визначити функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розрахувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
6. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
7. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПАСПОРТ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг аграрних підприємств»
на 2020 / 2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма 075 «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 120 год.
Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.
Форма підсумкового контролю – залік
Семестр, в якому викладається дисципліна – 6
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни

Мета навчальної дисципліни - формування у майбутніх фахівців сфери АПК необхідного обсягу знань для успішної маркетингової діяльності, засвоєння теоретичних основ і практичних аспектів складових комплексу маркетингу.

Компетентності:

Інтегральна:

Здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК):

1. Здатність реалізувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.
2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).
9. Здатність працювати в міжнародному контексті.
10. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні компетентності (СК):

1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
10. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
11. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
12. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

1 Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

3. Застосувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розрахувати економічні та маркетингові показники, обґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

5. Визначити функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розрахувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

6. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

7. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

14.1. Зовнішньо-економічна діяльність підприємства

14.2. Організація і техніка здійснення зовнішньо-економічних операцій

ПАСПОРТ

**навчальної дисципліни «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства»
на 2020–2021 навчальний рік**

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 150 годин

Лекцій – 36 год., практичних занять – 36 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр в якому викладається дисципліна – 5

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: формування у майбутніх спеціалістів теоретичних знань у сфері зовнішньоекономічної діяльності; набуття системних знань і навичок щодо забезпечення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності.

Компетентності:

загальні:

1. ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
2. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та законо-мірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
3. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
4. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
5. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
6. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
7. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. ЗК11. Здатність працювати в команді.
9. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
10. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

спеціальні (фахові):

1. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
3. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
4. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
5. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
6. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
7. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
8. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.
9. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчальної дисципліни:

1. Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

2. Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та

здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

3. P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

4. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Організація і техніка здійснення зовнішньоекономічних операцій»

на 2020–2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 150 годин

Лекцій – 36 год., практичних занять – 36 год.

Форма підсумкового контролю – залік

Семестр в якому викладається дисципліна – 5

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: озброєння майбутніх спеціалістів науковими теоретичними знаннями і практичними навичками з організації і здійснення зовнішньоекономічних операцій з урахуванням сукупності різноманітних змінних умов у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Компетентності:

загальні:

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

спеціальні (фахові):

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчальної дисципліни:

P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

4 курс

15.1. Економіка продуктових підкомплексів

15.2. Аграрна політика

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Економіка продуктових підкомплексів» на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом - 90 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять – 22 год.

Форма підсумкового контролю – залік.

Семестр в якому викладається дисципліна – 4 семестр.

Дисципліна - вибіркова.

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: надання знань про формування базових знань з основ механізму функціонування продуктового підкомплексу в сучасних вітчизняних умовах та набуття практичних навичок щодо їх застосування у майбутній професії.

Компетентності:

- загальні:

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав та свобод людини і громадянства України.
2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
3. Здатність до усного і письмового спілкування державною мовою.

4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

- фахові:

1. Здатність до усного і письмового спілкування державною мовою.

2. Здатність готувати проекти управлінських рішень, та їх впроваджувати.

3. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного управління та адміністрування.

Програмні результати навчання

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів впровадження маркетингової діяльності.

2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процесі на основі застосування фундаментальних принципів.

3. Уміти коригувати професійну діяльність у випадку зміни вихідних умов.

4. Застосовувати методи контролю якості у сфері професійної діяльності.

5. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного та методичного інструментарію.

6. Визначити функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

7. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Аграрна політика»

на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом - 90 год.

Лекцій – 22 год., практичних занять - 22 год.

Форма підсумкового контролю – залік.

Семестр в якому викладається дисципліна – 4 семестр.

Дисципліна - вибіркова.

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни: формування системи знань з теоретичних основ аграрної політики, обґрунтування необхідності державного регулювання, характеристика сучасного стану та державної підтримки аграрного сектора, оцінка результатів реформування та приклади аграрної політики окремих розвинутих країн світу.

Компетентності:

- загальні:

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав та свобод людини і громадянства України.

2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел

3. Здатність до усного і письмового спілкування державною мовою.

4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

- фахові:

1. Здатність до усного і письмового спілкування державною мовою.

2. Здатність готувати проекти управлінських рішень, та їх впроваджувати.

3. Здатність до дослідницької та пошукової діяльності в сфері публічного

управління та адміністрування.

Програмні результати навчання

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів впровадження маркетингової діяльності.
2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процесі на основі застосування фундаментальних принципів.
3. Уміти коригувати професійну діяльність у випадку зміни вихідних умов.
4. Застосовувати методи контролю якості у сфері професійної діяльності.
5. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного та методичного інструментарію.
6. Визначити функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
7. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

16.1. Інформаційні системи та технології в маркетингу

16.2. Технологія проектування та створення баз даних

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Інформаційні системи та технології» на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 - «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 120 год.

Лекцій – 24 год., лабораторних занять – 36 год.

Форма підсумкового контролю – екзамен

Семестр, в якому викладається дисципліна – 8

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних і практичних знань у галузі побудови і функціонування інформаційних систем, заснованих на сучасних програмно-технологічних засобах та використанні інформаційних технологій метою розв'язання маркетингових завдань.

Компетентності

Інтегральна компетентність – Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
6. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності

1. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
2. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
4. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
5. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Технологія створення та проектування баз даних» на 2020-2021 навчальний рік

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 - «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 120 год.
Лекцій – 24 год., лабораторних занять – 36 год.
Форма підсумкового контролю – екзамен
Семестр, в якому викладається дисципліна – 8
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань з проектування реляційних баз даних і засвоєння сучасних інформаційних технологій створення баз даних та інформаційних систем для забезпечення прийняття обґрунтованих управлінських рішень в маркетинговій діяльності.

Компетентності

Інтегральна компетентність – Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Компетентності

Інтегральна компетентність – Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність

його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
6. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Спеціальні (фахові) компетентності

1. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
2. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання

1. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
2. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
3. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
4. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
5. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

17.1. Стратегічне управління

17.2. Стратегічний менеджмент

ПАСПОРТ

навчальної дисципліни «Стратегічне управління» на 2020–2021 навчальний рік

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Кількість годин за навчальним планом – 150 год.
Лекцій – 38 год., практичних занять – 38 год.
Форма підсумкового контролю – екзамен
Семестр, в якому викладається дисципліна – 8
Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – є оволодіння сучасними теоретичними основами стратегічного управління та практичними навичками прийняття стратегічних рішень у процесі управління діяльністю та розвитком організації на ринку.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та

невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність працювати в команді.
9. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
10. Здатність працювати в міжнародному контексті.
11. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
4. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
5. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
6. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
7. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
2. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
3. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
4. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
5. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
6. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
7. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
8. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
9. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички

підприємницької та управлінської ініціативи.

10. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

11. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПАСПОРТ
навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент»
на 2020–2021 навчальний рік

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кількість годин за навчальним планом – 150 год.

Лекцій – 38 год., практичних занять – 38 год.

Форма підсумкового контролю – екзамен

Семестр, в якому викладається дисципліна – 8

Дисципліна – вибіркова

Анотація дисципліни:

Мета навчальної дисципліни – є оволодіння теоретичними основами та практичними навичками щодо основних підходів формування стратегії з використанням сучасних методів й інструментів стратегічного аналізу діяльності компанії, визначення загальної і конкурентноспроможної стратегії організації та проектів.

Компетентності

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
8. Здатність працювати в команді.
9. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
10. Здатність працювати в міжнародному контексті.
11. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності:

1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
2. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
3. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

4. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
5. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
6. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
7. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

1. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
2. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
3. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
4. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
5. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
6. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
7. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
8. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
9. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
10. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
11. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.