

**Каталог вибірових дисциплін для здобувачів першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти ОП «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг / 075 Маркетинг**

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Інформаційні системи в рекламі

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Золотухін І.К.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	D5 Маркетинг
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	ЗК12 Інформатика СК6 Маркетинг
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Введення в інформаційні технології. Інформаційні технології в рекламній інформаційній діяльності. Тема 2. Теоретичні основи рекламної інформаційної діяльності. Тема 3. Місце рекламних інформаційних технологій в комунікаційному середовищі світу, України. Тема 4. Характеристика забезпечення рекламної інформаційної системи. Тема 5. Використання засобів комп'ютерної комунікації під час вирішення задач рекламної діяльності. Тема 6. Огляд систем і пакетів програм, що підтримують вирішення окремих задач рекламної діяльності. Тема 7 Інформаційна технологія розв'язання задач (з дослідження ринку та попиту, з маркетингових досліджень товару, з рекламної діяльності). Тема 8. Художній дизайн в рекламі. Тема 9. Комп'ютерні та мережеві технології в рекламі.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження рекламної діяльності та практичного застосування рекламного інструментарію.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні

	<p>технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>
Семестровий контроль	Залік

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Сайти та веб-дизайн маркетингу

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Золотухін І.К.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	D5 Маркетинг
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	ЗК12 Інформатика СК6 Маркетинг
Перелік тем дисципліни	<p>Тема 1 Загальне поняття про веб-дизайн та графічний дизайн. Поняття дизайну. Особливості графічного та веб дизайну.</p> <p>Тема 2 UI/UX дизайн. Інтерфейс користувача. Поняття UI/UX дизайну та в'язок між складовими.</p> <p>Тема 3 Розроблення сайту та його експертна оцінка. Етапи розробки сайту. Поняття юзабіліті сайту. Евристики Якоба Нільсена.</p> <p>Тема 4 Психологічні аспекти дизайну та основи колористики. Психологія дизайну. Вплив кольорів на сприйняття дизайну. Основи теорії кольорів: колірне колесо, колірні моделі, колірна гармонія.</p> <p>Тема 5 Типографіка та дизайн. Типографіка та сфери її використання. Поняття шрифту та гарнітури. Шрифтові формати. Шрифти для вебу. Особливості комп'ютерних шрифтів. Психологія візуального сприйняття текстової інформації на моніторі.</p> <p>Тема 6 Візуальні елементи дизайну інтерфейсу користувача. Сітки у вебсайтах. Форми. Ієрархія змісту. Таблиці та списки. Поняття зовнішнього та внутрішнього.</p> <p>Тема 7 Основи розмітки вебсторінок. Мова гіпертекстової розмітки HTML 5. Основні теги. Таблиці та зображення.</p> <p>Тема 8 Каскадні таблиці стилів SCC. Поняття каскадної таблиці стилів. Створення стилів та класів. Форматування основних елементів сайту за допомогою CSS.</p>
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	<p>Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження рекламної діяльності та практичного застосування рекламного інструментарію.</p> <p>Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p>

<p>Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)</p>	<p>Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>
<p>Семестровий контроль</p>	<p>Залік</p>

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Інтернет-маркетинг

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Золотухін І.К.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	ЗК12 Інформатика СК6 Маркетинг
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Специфіка інтернет-маркетингу. Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі. Тема 3. Цільова аудиторія підприємства в інтернеті. Тема 4. Технологічні засоби підтримки прийняття маркетингових рішень. Тема 5. Організація маркетингових досліджень із використанням комп'ютерних технологій. Тема 6. Використання засобів комп'ютерної комунікації при вирішенні задач маркетингу. Тема 7. Інтерактивний маркетинг: сутність та розвиток в Україні. Тема 8. Інтернет маркетинг в електронній комерції.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження рекламної діяльності та практичного застосування рекламного інструментарію. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

	<p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p>
Семестровий контроль	Залік

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинговий менеджмент

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Чоботюк О.І.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	СК5 Менеджмент СК6 Маркетинг
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту. Тема 2. Процес маркетингового менеджменту. Тема 3. Організація маркетингового менеджменту. Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві. Тема 5. Сутність і система маркетингового планування. Тема 6. Стратегії маркетингу. Тема 7. Маркетингове стратегічне планування. Тема 8. Розробка маркетингових програм. Тема 9. Тактичне та оперативне планування маркетингу. Тема 10. Контроль маркетингової діяльності підприємства.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Застосовувати здобуті знання у процесі маркетингового управління підприємством. Організовувати та здійснювати маркетингове дослідження. На основі аналізу ринкових можливостей фірми та її ресурсів вибрати цільовий ринок. Визначати і формувати конкретну маркетингову стратегію фірми, розробляти відповідні програми маркетингу. Здійснювати планування, організацію та контроль у процесі розробки окремих складових комплексу маркетингу.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують

	результативність такої діяльності.
Семестровий контроль	Залік

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Рекламний менеджмент

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Чоботюк К.В.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Курс, семестр	8 курс, 8 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	СК5 Менеджмент СК6 Маркетинг СК16 Поведінка споживача
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Рекламний менеджмент у системі менеджменту підприємств Тема 2 Сутність, класифікація та функції рекламного менеджменту. Тема 3 Психологічні основи рекламного менеджменту. Тема 4 Рекламні комунікації. Тема 5 Ринок рекламних послуг. Тема 6 Засоби реклами та інформаційне забезпечення рекламного менеджменту. Тема 7 Розроблення стратегії рекламної кампанії. Тема 8 Планування рекламної діяльності. Тема 9 Визначення бюджету рекламної кампанії. Тема 10 Організація рекламної діяльності. Тема 11 Контроль рекламної діяльності.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Застосовувати здобуті знання у процесі маркетингового управління підприємством. Організовувати та здійснювати маркетингове дослідження. На основі аналізу ринкових можливостей фірми та її ресурсів вибрати цільовий ринок. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення,

	відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
Семестровий контроль	Залік

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Банківський маркетинг

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Палькевич Ю.С.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Курс, семестр	8 курс, 8 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	СК6 Маркетинг СК7 Гроші і кредит
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Маркетинг та його специфіка в банківській сфері. Тема 2. Конкурентне середовище комерційного банку. Тема 3. Маркетингова стратегія комерційного банку. Тема 4. Продуктова політика комерційного банку. Тема 5. Ціноутворення на банківські продукти. Тема 6. Продаж банківських продуктів. Тема 7. Комунікації у просуванні банківських продуктів. Тема 8. Контроль у банківському маркетингу.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Організувати продажі банківських продуктів.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
Семестровий контроль	Залік

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг проєктів

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Бугера К.В.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Курс, семестр	8 курс, 8 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	СК6 Маркетинг СК5 Менеджмент СК15 Стратегічне управління
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Проєкт як інструмент інноваційної діяльності підприємств. Тема 2 Фінансування і аналіз фінансової стійкості техніко-технологічних проєктів. Джерела і моделі фінансування проєктів Аналіз фінансової стійкості проєктів. Тема 3. Прибуток як результат ефективного управління. Тема 4. Оподаткування діяльності суб'єктів господарювання. Врахування оподаткування при визначенні ефективності запровадження проєкту. Тема 4. Управління витратами проєкту. Тема 5. Ефективність проєкту. Тема 6. Ризики та страхування проєктів.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового

	<p>суб'єкта.</p> <p>Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p>
Семестровий контроль	Залік

ЕКСПЛІКАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Міжнародний маркетинг

Кафедра, яка забезпечує викладання	Менеджменту, публічного адміністрування та маркетингу
Провідний викладач	Чоботюк О.І.
Рівень вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Курс, семестр	8 курс, 8 семестр
Загальний обсяг дисципліни (кредитів ЄКТС/годин)	8 кредитів – 240 годин
Мова викладання	Українська
Вимоги до попередньо набутих компетентностей з дисциплін	СК6 Маркетинг СК25 Світовий ринок товарів та послуг
Перелік тем дисципліни	Тема 1. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу. Тема 2. Міжнародне маркетингове середовище. Тема 3. Міжнародні маркетингові дослідження. Тема 4. Стратегії та позиціонування в міжнародному маркетингу. Тема 5. Вибір зарубіжних ринків. Тема 6. Моделі виходу фірми на зарубіжний ринок. Тема 7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика. Тема 8. Міжнародна цінова політика. Тема 9. Міжнародні канали розподілу. Тема 10. Міжнародні маркетингові комунікації.
Чому це цікаво (перелік компетентностей)	Здатність працювати в міжнародному контексті. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
Чому можна навчитися (перелік результатів навчання)	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний

	<p>підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p>
Семестровий контроль	Залік