

	КАТАЛОГ	Освітні компоненти за вибором здобувача освіти за освітньо-професійною програмою																					
		РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ																					
Код освітньої компетенції	Назва освітньої компоненти/навчального предмета	Розподіл за семестрами		Загальний обсяг		Кількість годин					Розподіл												
		екзамени	заліки	Кредитів ЕКТС	Години	аудиторних			Самостійна робота	Інші види роботи (підготовка до іспиту)	I курс				II курс				III курс				
						Всього	В тому числі:				1		2		3		4		5		6		
							лекції	Лабораторні, практичні			Семінарські	Години на тиждень	Кредити	Години на тиждень	Кредити	Години на тиждень	Кредити	Години на тиждень	Кредити	Години на тиждень	Кредити		
БК 1	Міжнародний маркетинг		5	3	90	45				45										3	3		
БК 2	Фірмовий стиль		5	3	90	45				45										3	3		
БК 3	Грошова та кредитна система		5	3	90	45				45										3	3		
БК 4	Фінансова політика		5	3	90	45				45										3	3		
БК 5	Менеджмент		6	3	90	33				57												3	3
БК 6	Технології комп'ютерної обробки зображення		6	3	90	33				57												3	3
БК 7	Основи редагування (копірайтинг)		6	3	90	33				57												3	3
БК 8	Оподаткування підприємства		6	3	90	33				57												3	3
БК 9	Захист прав споживачів		6	3	90	33				57												3	3
	Разом за вибором здобувача			12	360																		
	Всього за навчальним планом			120	3600																		

РД

РД

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Оподаткування підприємств»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік.

Рік підготовки: 3 курс, 5 семестр.

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита.

Форма підсумкового контролю: залік.

Метою є ґрунтовне засвоєння студентами теоретичних та практичних аспектів оподаткування суб'єктів господарювання в Україні, застосування набутих знань для формування обліково-аналітичної інформації у процесі прийняття рішень щодо оптимізації податкових платежів.

Предметом є методичне забезпечення побудови податкової системи для реалізації завдань податкової політики держави.

Завданнями є формування у студентів знань з питань теоретичних та організаційних основ оподаткування, засад реалізації податкової політики та побудови податкової системи держави; вивчення структури фіскальної служби України; опанування методики розрахунків та порядку сплати податків та зборів юридичними та фізичними особами; відповідальності за порушення податкового законодавства та способів ухиляння від сплати податків.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен:

знати:

- теоретичні основи оподаткування суб'єктів господарювання: трактування основних категорій, еволюцію теорій оподаткування та етапи розвитку системи оподаткування; економічну сутність, ознаки та функції податків, їхню класифікацію;

- сутність і зміст податкової системи, її принципи, склад загальнодержавних і місцевих податків та зборів, тенденції розвитку податкової системи України;

- норми та принципи податкового законодавства України;

– техніку та методику розрахунків податків, зборів та інших обов’язкових платежів, що сплачуються підприємствами різних організаційно-правових форм і фізичними особами.

вміти:

– роз’яснювати окремі положення податкового законодавства та орієнтуватися в останніх змінах норм податкового законодавства;

– застосовувати отримані знання для самостійного нарахування податків і обов’язкових платежів, виявляти проблеми, які виникають при нарахуванні та справлянні податків і зборів;

– вирішувати дискусійні питання, давати пропозиції щодо вдосконалення податкового законодавства;

– застосовувати набуті знання під час прийняття управлінських рішень, вирішення актуальних питань оптимізації оподаткування суб’єктів господарювання.

Сформовані компетенції:

Загальні компетентності:

- ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 4. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ЗК 5. Знання і розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні компетентності:

– СК1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у рекламній діяльності.

– СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

– СК3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в рекламній діяльності.

– СК5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері рекламної діяльності.

– СК6. Здатність виконувати професійні завдання з організації рекламної діяльності.

– СК7. Здатність застосовувати основи обліку, оподаткування та страхування у сфері рекламної діяльності.

– СК8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

– РН2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у маркетинговій діяльності із професійною метою.

– РН3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

– РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно-спрямованої інформації у сфері рекламної діяльності.

– РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері рекламної діяльності.

– РН6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

– РН7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері рекламної діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.

– РН8. Володіти методами й інструментарієм для підготовки проектів управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких та торговельних структур.

– РН9. Застосовувати інноваційні підходи у маркетинговій діяльності.

– РН11. Знати основи нормативно-правового забезпечення рекламної діяльності і застосовувати їх на практиці.

– РН12. Виконувати професійні завдання з організації рекламної діяльності.

– РН13. Застосовувати отримані навички з основ обліку, оподаткування і страхування у сфері рекламної діяльності.

– РН17. Визначати основні показники рекламної діяльності для забезпечення їх ефективності.

діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

- Тема 1. Загальні основи оподаткування
- Тема 2. Організація податкової системи
- Тема 3. Державна податкова служба України
- Тема 4. Податок на додану вартість в системі непрямого оподаткування
- Тема 5. Акцизний податок та особливості його справляння
- Тема 6. Податок на прибуток підприємств
- Тема 7. Податок на доходи фізичних осіб
- Тема 8. Рентна плата та екологічний податок
- Тема 9. Мито в системі непрямого оподаткування
- Тема 10. Місцеві податки і збори
- Тема 11. Спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва
- Тема 12. Єдиний соціальний внесок
- Тема 13. Ухилення від податків і перекладання податків
- Тема 14. Податкова політика в системі державного регулювання економіки

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Фінансова політика»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік.

Рік підготовки: 3 курс, 5 семестр.

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита.

Форма підсумкового контролю: залік.

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів системи знань з теорії та практики організації фінансових відносин між суб'єктами ринкової економіки у межах окремих сфер і ланок фінансової системи країни.

Завдання навчальної дисципліни: ознайомлення студентів з теоретичними та організаційними основами сучасної фінансової політики України, поглиблене вивчення нормативно-правових актів в сфері фінансової

політики України та їх практичного використання в різних сферах, сформувати основи знань щодо умов, форм, методів, основних інструментів реалізації фінансової політики держави та порядку їх застосування.

Предметом навчальної дисципліни є система фінансових відносин, що виникають у процесі формування, розподілу та використання фінансових ресурсів держави з метою реалізації її економічної та соціальної політики..

У результаті вивчення даної дисципліни **здобувач освіти повинен знати:** термінологію, мати теоретичні знання про сутність і значення фінансової та грошово-кредитної систем, природи та принципів їх функціонування, рівні нормативного регулювання, розуміти проблеми розвитку грошового обігу та фінансової і кредитної системи у сучасних умовах; знати інфраструктуру фінансової та грошово-кредитної системи країни та їхній сучасний стан.

Здобувач освіти повинен вміти: розв'язувати складні задачі і проблеми у професійній діяльності або у процесі навчання у сфері фінансів, банківської справи та страхування, що передбачає проведення досліджень, або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Сформовані компетенції:

Загальні компетентності РД:

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 в загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні компетентності РД:

СК1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у маркетинговій діяльності.

СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері маркетингової діяльності.

СК6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК11. Здатність створювати рекламний та PR-продукт.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання РД:

РН1. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

РН2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у маркетинговій діяльності із професійною метою.

РН3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері маркетингової діяльності.

РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері маркетингової діяльності.

РН6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері маркетингової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.

РН10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

РН12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

РН14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту і товарів у підприємницькій та торговельній діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема 1. Теоретико-методологічні засади формування фінансової політики держави.

Тема 2. Податкова політика в системі фінансового регулювання економіки.

Тема 3. Бюджетна політика як складова соціально-економічного розвитку країни.

Тема 4. Формування монетарної політики.

Тема 5. Фінансова політика місцевого розвитку.

Тема 6. Фінансова політика в аграрному секторі економіки.

Тема 7. Фінансова політика зовнішньо-економічної діяльності.

Тема 8. Фінансова політика в сферах фондового та страхових ринків

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Грошова та кредитна системи»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік.

Рік підготовки: 3 курс, 5 семестр.

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита.

Форма підсумкового контролю: залік.

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів освіти теоретичних знань про сутність і значення фінансової та грошово-кредитної систем, природи та принципів їх функціонування, рівні нормативного регулювання.

Завдання навчальної дисципліни: розуміти проблеми розвитку грошового обігу та фінансової і кредитної системи у сучасних умовах; знати інфраструктуру фінансової та грошово-кредитної системи країни та їхній сучасний стан.

Предметом навчальної дисципліни є вивчення економічних відносин, що виникають у процесі функціонування грошей і кредиту, а також інститутів, які забезпечують їх організацію й розвиток.

У результаті вивчення даної дисципліни **здобувач освіти повинен знати:** термінологію, мати теоретичні знання про сутність і значення фінансової та грошово-кредитної систем, природи та принципів їх функціонування, рівні нормативного регулювання, розуміти проблеми розвитку грошового обігу та фінансової і кредитної системи у сучасних умовах; знати інфраструктуру фінансової та грошово-кредитної системи країни та їхній сучасний стан.

Здобувач освіти повинен вміти: аналізувати та оцінювати стан сучасного світового фінансового ринку та грошово-кредитних ринків України та різних країн; визначати шляхи розвитку й ефективного функціонування

фінансової та грошово-кредитної системи країни у контексті інтеграційних та глобалізаційних процесів у фінансовій сфері.

Сформовані компетенції:

Загальні компетентності РД:

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 в загальній системі знань про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні компетентності РД:

СК1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у маркетинговій діяльності.

СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері маркетингової діяльності.

СК6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК11. Здатність створювати рекламний та PR-продукт.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання РД:

РН1. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

РН2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у маркетинговій діяльності із професійною метою.

РН3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері маркетингової діяльності.

РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері маркетингової діяльності.

РН6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері маркетингової діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.

РН10. Визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

РН12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

РН14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту і товарів у підприємницькій та торговельній діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема 1. Поняття, класифікація та склад фінансових систем.

Тема 2. Державні фінанси в Україні та у країнах з ринковою економікою.

Тема 3. Грошова система України: сутність та основні етапи розвитку.

Тема 4. Кредитна система: сутність та структура.

Тема 5. Валютна система: сутність та еволюція розвитку.

Тема 6. Грошово-кредитна політика: сутність, типи та інструменти.

Тема 7. Міжнародні валютно-фінансові установи.

Тема 8. Співробітництво МВФ та Світового банку з Україною.

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік.

Рік підготовки: 3 курс, 6 семестр.

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита.

Форма підсумкового контролю: залік.

Мета: формування комплексу знань у сфері управління організацією (підприємством) з точки зору системного підходу: вивчення підприємства як соціально-економічної системи, основними параметрами якої є цільове призначення, правові та нормативні засади діяльності, ресурси, процеси і структура, розподіл праці та ролей

Предмет: норми Конституції України, Господарського кодексу України, законів та підзаконних нормативних актів, стандартів тощо у сфері регулювання відносин у менеджменті, практика їх застосування, проекти законодавчих та інших нормативних актів, наукові теоретичні розробки в цій сфері.

Вивчення дисципліни передбачає опанування знаннями та вміннями, достатніми для забезпечення основних потреб спеціальної підготовки та професійної діяльності майбутніх фахівців у сфері менеджменту.

Важливим є і те, що дана дисципліна дозволить здобувачам освіти надалі не зазнавати труднощів при вивченні спеціальних дисциплін та в подальшій практичній діяльності.

Завдання: підготовка здобувачів освіти з питань суті підприємства, взаємозв'язок його внутрішніх елементів та зовнішнього середовища; особливості менеджменту на різних етапах життєвого циклу підприємства; специфіка управління різновидами підприємств та їх об'єднань; соціально-психологічні аспекти управлінської діяльності; ефективність управління підприємством; управління ризико захищеністю підприємства, ознак та причин виникнення кризових ситуацій та ризику.

Сформовані компетенції:

Загальні компетентності:

ЗК 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.

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

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні компетентності:

СК 1. Здатність враховувати основні закономірності та сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 7. Здатність застосовувати основи обліку, оподаткування і страхування у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 8. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК 9. Навички роботи у прес-центрах, PR-відділах, відділах реклами, комунікаційних агенціях. Охоплює розвиток практичних навичок роботи у прес-центрах, PR-відділах, відділах реклами та комунікаційних агенціях. Здобувачі освіти навчаються ефективно розробляти та реалізовувати комунікаційні стратегії, створювати інформаційні матеріали та управляти взаємодією з цільовими аудиторіями.

Особлива увага приділяється розвитку вмінь організації публічних заходів, роботи зі ЗМІ.

СК 10. Створювати унікальний рекламний та PR-продукт, враховуючи соціологічні дослідження та психологію сприйняття його цільовою аудиторією.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання:

РН 1. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою.

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійної спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 5. Застосовувати відповідні дослідницькі технології та підходи для вирішення задач у сфері рекламної та PR-діяльності.

РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН 7. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної рекламної та PR-діяльності, напрямів соціальної, економічної та комунікативної політики підприємств та установ.

РН 8. Визначати сегментацію цільової аудиторії, структуру попиту та пропозиції, практики просування товарів та послуг.

РН 9. Вміти формувати напрямки комунікації зі створення зміцнення, репозиціонування, оновлення бренду чи рекламного продукту.

РН 10. Проводити розрахунки економічних показників діяльності, у тому числі показників ефективності рекламної та PR діяльності.

РН 11. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

РН 12. Розуміти та самостійно формувати зміст, структуру і висновки наукових та аналітичних текстів з рекламної та PR-діяльності.

РН 13. Застосовувати отримані навички з основ обліку, оподаткування і страхування у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема 1. Поняття та сутність менеджменту

Тема 2. Менеджер, його діяльність та особа

Тема 3. Теорія мотивації

Тема 4. Ранні теорії менеджменту

Тема 5. Управлінський контроль

Тема 6. Лідерство в менеджменті

Тема 7. Інформація і комунікації в менеджменті

Тема 8. Управлінські рішення як основний інструмент менеджменту

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Захист прав споживачів»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік.

Рік підготовки: 3 курс, 6 семестр.

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита.

Форма підсумкового контролю: залік.

Мета: вивчення навчальної дисципліни «Захист прав споживачів» полягає у засвоєнні здобувачами освіти правових норм, теоретичних знань, вмінь, опрацювань та популяризація законодавства, що спрямоване на захист прав та інтересів споживачів, а також демонстрація його практичного застосування.

Предмет: норми Конституції України, Господарського кодексу України, законів та підзаконних нормативних актів, стандартів тощо у сфері регулювання цивільно-правових відносин за участю споживачів.

Вивчення дисципліни передбачає опанування знаннями та вміннями, достатніми для забезпечення основних потреб спеціальної підготовки та професійної діяльності майбутніх фахівців у сфері підприємницької діяльності.

Завдання:

сформувати цілісне уявлення про політичні, соціально-економічні, морально-психологічні передумови консюмеризму; вивчити основні етапи його розвитку, характерні особливості, завдання, напрями діяльності, з'ясувати місце та роль споживчих відносин у системі ринкової економіки; визначити основні напрями діяльності державних структур і громадських об'єднань та принципи організації контролю суб'єктів господарювання у сфері захисту прав споживачів.

Сформовані компетенції:

Загальні компетентності:

ЗК 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.

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

про природу і суспільство та в розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні компетентності (СК)

СК 1. Здатність враховувати основні закономірності та сучасні досягнення у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК 3. Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності у сфері захисту прав споживачів, досконало розуміти сутність та фундаментальні аспекти діяльності споживачів на ринку.

СК 6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 7. Здатність застосовувати основи обліку, оподаткування і страхування у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

СК 8. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК 10. Створювати унікальний рекламний та ПР-продукт, враховуючи соціологічні дослідження та психологію сприйняття його цільовою аудиторією.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РН 1. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

РН 2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності із професійною метою.

РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН 4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійної спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

РН 6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН 8. Визначати сегментацію цільової аудиторії, структуру попиту та пропозиції, практики просування товарів та послуг.

РН 9. Вміти формувати напрямки комунікації зі створення зміцнення, репозиціонування, оновлення бренду чи рекламного продукту.

РН 10. Проводити розрахунки економічних показників діяльності, у тому числі показників ефективності рекламної та PR діяльності.

РН 11. Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.

РН 12. Розуміти та самостійно формувати зміст, структуру і висновки наукових та аналітичних текстів з рекламної та PR-діяльності.

РН 13. Застосовувати отримані навички з основ обліку, оподаткування і страхування у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема 1. Джерела регулювання відносин у сфері захисту прав споживачів.

Тема 2. Права споживачів на належну якість та безпеку продукції, робіт (послуг).

Тема 3. Права споживача у разі придбання товару неналежної якості, у разі порушення умов договору про виконання робіт

Тема 4. Права споживача на інформацію про продукцію, роботи

Тема 5. Цивільно-правовий захист прав споживачів за договорами про передачу майна у власність.

Тема 6. Цивільно-правовий захист прав споживачів за договорами про передачу майна у тимчасове користування.

Тема 7. Права споживача у разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями чи на відстані.

Тема 8. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів.

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Міжнародний маркетинг»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік.

Рік підготовки: 3 курс, 5 семестр.

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита.

Форма підсумкового контролю: залік.

Мета даної дисципліни: формування системи теоретичних знань і практичних навичок у галузі міжнародної маркетингової діяльності.

Завдання: вивчення сутності й характеристик форм міжнародного маркетингу, методів дослідження економічного, соціально-культурного, політико-правового середовища маркетингової діяльності; засвоєння методичних засад проведення міжнародних маркетингових досліджень, сегментації світового ринку та вибору цільових ринків, обґрунтування моделей виходу фірм на закордонні ринки, формування ефективного міжнародного маркетингового комплексу.

Предмет: відносини суб'єктів світового ринку, що виникають у процесі міжнародної маркетингової діяльності.

Здобувач освіти повинен знати:

- форми та основні інструменти міжнародного маркетингу;
- особливості відення маркетингової діяльності на закордонних ринках.

Здобувач освіти повинен уміти:

- визначати основні тенденції, які впливають на розвиток міжнародного маркетингу;
- пояснити якими наслідками інтернаціоналізації світового господарства зумовлена поява нових пріоритетів маркетингу;

- пояснити вплив окремих елементів міжнародного бізнес-середовища на міжнародну маркетингову діяльність фірми.

Сформовані компетенції:

Інтегральна компетентність - здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі рекламної діяльності або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів системи наук, які формують концепції організації і функціонування підприємницьких та торговельних структур та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.

Загальні компетентності:

- ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ЗК6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології;
- ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні компетентності:

- СК1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій та торговельній діяльності;
- СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства;
- СК3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур;
- СК4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності;
- СК6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур;
- СК8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання:

- РН2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій та торговельній діяльності із професійною метою;
- РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємницької та торговельної діяльності;
- РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності;
- РН6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети;
- РН9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій та торговельній діяльності;
- РН10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів;
- РН12. Виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур;
- РН14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту і товарів у підприємницькій та торговельній діяльності;
- РН17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких та торговельних структур для забезпечення їх ефективності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема 1. Теоретичні засади міжнародного маркетингу.

Тема 2. Форми міжнародного маркетингу.

Тема 3. Міжнародне маркетингове середовище: економічний аспект.

Тема 4. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу.

Тема 5. Політико-правове середовище міжнародного маркетингу.

Тема 6 Міжнародні маркетингові дослідження.

Тема 7. Стратегії сегментації та позиціонування в міжнародному маркетингу.

Тема 8. Вибір закордонних ринків.

Тема 9. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок

Тема 10. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика.

Тема 11. Міжнародні канали розподілу.

Тема 12. Міжнародні маркетингові комунікації.

Тема 13. Міжнародна цінова політика.

Тема 14. Сучасні проблеми та тенденції розвитку міжнародного маркетингу.

АНОТАЦІЯ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ТЕХНОЛОГІЇ КОМП'ЮТЕРНОЇ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕННЯ»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік

Рік підготовки: 3 курс, 6 семестр

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита

Форма підсумкового контролю: залік

Мета навчальної дисципліни: формування в студентів фундаментальних теоретичних знань і практичних навичок застосування комп'ютерних засобів при виконанні завдань, що включають створення та обробку графічних об'єктів різних типів, надбання студентом знань та вмінь, потрібних для свідомого користування сучасної обчислювальної техніки, а також максимального використання можливостей програмного забезпечення у своїй професійній діяльності. Вивчення курсу супроводжується виконанням відповідних практичних робіт.

Завдання навчальної дисципліни: навчити студентів технологій обробки графічної інформації та практичного використання поширених графічних об'єктів різних типів.

Предмет навчальної дисципліни: основи організації та обробки графічної інформації, принципи побудови й особливості використання прикладних графічних програм, виконання графічних проектів засобами комп'ютерного програмного забезпечення.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- основні засоби візуальної комунікації;
- особливості побудови графічних зображень засобами ПК;
- кольорові режими, що застосовуються в графічних редакторах;
- основні принципи формування графічних зображень в різних типах графічних програм;
- особливості використання графічних форматів для зберігання графічних зображень;
- методи і алгоритми перетворення графічних зображень;
- технологію обробки кольорових зображень;

вміти:

- володіти сучасним графічним програмним забезпеченням;
- створювати графічні об'єкти засобами комп'ютерних графічних програм;
- враховує художньо-естетичну складову при створенні інформаційних продуктів;
- вміти працювати з пристроями введення, обробки та друку графічної інформації;
- застосовувати знання з обробки зображень в практичній діяльності.

Сформовані компетенції:**Загальні компетентності:**

ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК5. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні компетентності:

СК1. Здатність враховувати основні закономірності й сучасні досягнення у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК4. Здатність визначати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК5. Здатність здійснювати діяльність із дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

СК6. Здатність виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК7. Здатність застосовувати основи обліку, оподаткування і страхування у сфері у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК8. Здатність визначати та задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

СК9. Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

СК10. Здатність використовувати логістичні системи у підприємницькій та торговельній діяльності.

СК11. Здатність створювати рекламний та PR-продукт.

СК12. Здатність просувати продукт/організацію/ бренд/особу.

СК13. Здатність на якісному рівні управляти процесом рекламної та PR діяльності.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання:

РН1. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

РН2. Застосовувати знання, розуміння закономірностей та сучасних досягнень у підприємницькій та торговельній діяльності із професійною метою.

РН3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН6. Проявляти ініціативу та підприємливість, володіти навичками міжособистісної взаємодії для досягнення професійної мети.

РН7. Застосовувати всебічні спеціалізовані емпіричні й теоретичні знання у сфері підприємницької та торговельної діяльності для подальшого використання у практичній діяльності.

РН9. Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій та торговельній діяльності.

РН10. Визначати характеристику товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

РН11. Знати основи нормативно-правового забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати їх на практиці.

РН14. Визначати потреби споживачів для формування асортименту і товарів у підприємницькій та торговельній діяльності.

РН17. Визначати основні показники діяльності підприємницьких та торговельних структур для забезпечення їх ефективності.

Результати навчання, визначені закладом фахової передвищої освіти

РН18. Створювати рекламний та PR-продукт відповідно до норм чинного законодавства.

РН19. Просувати продукт/організацію/бренд/особу, обираючи відповідні канали комунікації.

РН20. Управляти процесом рекламної та PR-діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема1. Основні поняття цифрової обробки зображень

Тема 2. Створення та обробка растрових зображень в графічному редакторі

АНОТАЦІЯ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ РЕДАГУВАННЯ (КОПІРАЙТИНГ)»

Освітньо-професійна програма: Рекламна діяльність.

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр.

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування.

Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля.

Статус: Освітні компоненти за вибором здобувача освіти.

Рік вступу: 2024 рік

Рік підготовки: 3 курс, 5 семестр

Кількість кредитів ЄКТС: 3 кредита

Форма підсумкового контролю: залік

Мета навчальної дисципліни: набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок розробки й оформлення інформаційних матеріалів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю для досягнення максимального комунікаційного ефекту; оволодіння відповідним методичним інструментарієм. Ознайомити з особливостями редакторського аналізу тексту, принципами, методами й закономірностями редагування; формувати вміння редагувати тексти різних видів і жанрів, працювати зі зверстаним текстом; вдосконалити творчі мовленнєві уміння; формувати комунікативну та професійну компетенції.

Завдання навчальної дисципліни: сформувати у студентів розуміння місця копірайтингу в структурі підготовки фахівця зі зв'язків з громадськістю та реклами; ознайомити з вимогами до написання якісних піар- та рекламних текстів; навчити студентів на професійному рівні аналізувати розбіжності між ПР-текстами, рекламою та пропагандистськими матеріалами.

Предмет навчальної дисципліни: є процес створення, аналізу та редагування текстів, призначених для засобів масової інформації, реклами, PR та інтернет-комунікацій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- етодологічні основи копірайтингу в рекламі;
- характеристики, методики і техніки копірайтингу; специфічні види копірайтингу;
- види текстів, жанрові різновиди, технології конструювання та дизайну текстів;
- особливості написання текстів стосовно різних сфер суспільного життя

вміти:

- визначати цільову спрямованість тексту;
- створювати тексти з огляду на поставлену мету і завдання;

- розробляти інформаційно-насичені авторські тексти;
- визначати мету, функції та стратегію рекламного тексту; використовувати конкретні методики і техніки створення піар-текстів; використовувати конкретні методики і техніки створення рекламних текстів;
- вміти ефективно робити рерайт текстів різних тематик та напрямів; аналізувати текстові матеріали з точки зору доцільності використаних технік та прийомів копірайтингу.

Сформовані компетенції:

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК6. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні компетентності:

СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо діяльності підприємства.

СК3. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК11. Здатність створювати рекламний та PR-продукт.

СК12. Здатність просувати продукт/організацію/ бренд/особу.

СК13. Здатність на якісному рівні управляти процесом рекламної та PR діяльності.

Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання:

РН3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.

РН4. Використовувати сучасні комп'ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН5. Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

РН18. Створювати рекламний та PR-продукт відповідно до норм чинного законодавства.

РН19. Просувати продукт/організацію/бренд/особу, обираючи відповідні канали комунікації.

РН20. Управляти процесом рекламної та PR-діяльності.

ЗМІСТ ТЕМ ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ

Тема1. Вступ до копірайтингу. Роль текстів у рекламній діяльності.

Тема 2. Текст, основні вимоги до його написання. Роль контексту при сприйнятті текстового повідомлення.

Тема 3. Підготовка рекламного тексту. Засоби прямого та прихованого мовного впливу в рекламному тексті.

Тема 4. Принципи написання текстів, які продають. Традиційна композиція рекламного тексту.

Тема 5. Основи редагування текстів: процес і ключові принципи. Правила та принципи написання рекламного тексту

Тема 6. Редагування текстів для різних форматів і платформ.

Стильові та художні прийоми української філології при написанні рекламних текстів. Стильові особливості текстів рекламних повідомлень.

Тема 7. Особливості копірайтингу реклами в інтернеті. Лозунг. Слоган. Девіз.

Тема . Контрольна робота. Підсумки та узагальнення.

АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «ФІРМОВИЙ СТИЛЬ»

Сьогодні кожна фірма/компанія/установа прагне створити свій фірмовий стиль, який є її візитною карточкою для споживачів своїх продуктів. Серед головних атрибутів фірмового стилю виділяють логотип, корпоративні кольори та шрифти, персонаж та ін. Фірмовий стиль з його атрибутами ми бачимо на стаканчиках кав'ярень, вивісках магазинів, аптек і на корпусах літаків.

Розділи курсу «Фірмовий стиль»:

- брендбук фірми та поширення елементів фірмового стилю;
- фірмовий стиль як засіб комунікації бренду;
- розробка елементів фірмового стилю;
- колір та шрифт у фірмовому стилі;
- брендбук фірми та поширення елементів фірмового стилю.

В результаті вивчення дисципліни студенти отримають:

фахові компетентності з питань:

- сучасних тенденцій у розвитку фірмового стилю
- функцій фірмового стилю;
- ергономічних показників засобів візуальної комунікації;
- правил розробки елементів фірмового стилю та брендбуку;
- програмного забезпечення для розробки фірмового стилю;

програмні результати навчання:

- в формуванні концепції фірмового стилю відповідно до місії фірми/компанії/установи;
- в створенні карти мислення для проєкту фірмового стилю;
- в створенні елементів фірмового стилю;
- в верстанні проєкту брендбуку з використанням сучасного програмного забезпечення.