

Вибіркові дисципліни

Назва дисципліни	Кількість навчальних годин/кредитів	Форма контролю
Цикл загальної підготовки		
Християнська етика в українській культурі	30/1	Залік
Суспільно-політичні студії	60/2	Залік
Менеджмент	60/2	Залік
Комп'ютерна графіка	60/2	Залік
Цикл професійної підготовки		
Промисловий маркетинг	90/3	Залік
Реклама та стимулювання продажу	90/3	Залік
II. Навчальні дисципліни за вибором студента		
Міжнародний маркетинг	90/3	Залік
Маркетинг послуг	90/3	Залік
Всього	480/16	-

Анотація змісту циклу загальної підготовки

Християнська етика в українській культурі

Мета дисципліни: сприяти духовно-моральному розвитку студентів і прищеплення їм любові до Бога, до ближнього, до України, через ознайомлення з національним культурним надбанням, кращими зразками вітчизняної культури; сприяння вихованню моральних цінностей.

Завдання дисципліни:

- ознайомити студентів із основами християнської моралі як фундаменту загальнолюдських цінностей;
- ознайомити студентів із християнськими моральними цінностями: істини, благочестя, добра, любові, краси, гідності, обов'язку, совісті, честі;
- формувати свідомість та відповідальність особистості студента на основі християнських духовних, моральних та культурних цінностей;
- створити належні морально-етичні умови для самопізнання, самореалізації.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Сутність навчальної дисципліни. Витоки християнства.
 2. Категорії християнської етики в історії етичної думки античного світу та середньовіччя.
 3. Категорії християнської етики в історії етичної Думки епохи Відродження.
 4. Розвиток християнської етики у філософсько-етичній думці Нового часу та сучасної доби.
 5. Християнство у контексті історії і культури українського народу.
 6. Нові релігійні течії та організації України.
 7. Основні течії християнської релігії.
 8. Моральна аксіологія дохристиянських етичних поглядів праукраїнців.
- Християнсько-моральні основи Київської Русі.
9. Християнська етика періоду українського Відродження та сучасності.
 10. Релігійні конфесії в сучасній Україні.
 11. Християнські свята.
 12. Таїнство хрещення. Таїнство вінчання.
 13. Ідея безсмертя в християнстві.
 14. Благодать Божа і її значення у справі відродження людини.

Суспільно - політичні студії

Мета дисципліни: вивчення теоретико-методологічних підвалин соціально-політичного дискурсу; категорій, понять й закономірностей політичної науки; теоретико-концептуальної структури сучасної політологічної доктрини в розмаїтті зарубіжних і вітчизняної наукових шкіл; сутність найважливіших політичних феноменів: політики, політичної влади, лідерства, політичної системи і режиму, держави, ідеології, політичної культури та поведінки, політичних технологій тощо; системи соціальних та політичних інститутів сучасності, що складають структурно-функціональний формат політичного буття; структури і реального впливу сучасних політичних суб'єктів: політичних партій, рухів та їх лідерів, політичної еліти та істеблішменту, політико-правових інституцій держави; природу, форми й динаміку різноманітних соціально-політичних процесів, їх типологію, масштаби й наслідки; міжнародну політику і глобальні проблеми сучасності.

Завдання дисципліни:

- застосовувати базові політичні цінності та норми політичної поведінки для формування активної громадянської позиції: використовувати методи аналізу, діагностики і прогнозування політичних явищ, процесів і подій в контексті досягнень сучасної соціально-політичної науки; аналізувати, раціонально та критично оцінювати історико-політичні події та явища для формування власного свідомого відношення до соціально-політичного буття; аналізувати феномен влади як субстанції політики й засобу управління суспільно-політичними процесами.

- усвідомлювати систему соціальних та політичних інститутів сучасності, які складають структурно-функціональний формат політичного буття: усвідомлювати реальний вплив сучасних політичних суб'єктів на функціонування й трансформацію соціально-політичного буття; визначати основні характеристики функціонування політичної системи сучасної України та обґрунтування необхідності її стабільності для ефективного суспільно-політичного розвитку; усвідомлювати закони функціонування держави, специфіку організації державних органів у структурі політичних інститутів.

- свідомо формувати та удосконалювати власну політичну культуру, залучатися до демократичних цінностей та застосовувати їх у особистісному та професійному розвитку: опанувати різноманітні форми участі у політичному житті сучасної України для формування активної громадянської позиції; робити усвідомлений політичний вибір в умовах сучасного політичного плюралізму; орієнтуватися в міжнародних політичних процесах, оцінювати світові геополітичні проблеми, місце і роль України на міжнародній арені.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Соціально-політичні студії як навчальна дисципліна. Основні етапи розвитку політичної думки.
2. Соціальні і політичні інститути суспільства.
3. Влада як суспільно-політичний феномен.
4. Держава як політичний інститут.
5. Соціальні групи як суб'єкти політики.
6. Особистість і політика. Політичне лідерство.
7. Політичні партії, громадсько-політичні об'єднання та рухи. Вибори та виборчі системи.
8. Політична свідомість та політична культура.
9. Соціальні відхилення та конфлікти.
10. Світова політика.

Менеджмент

Мета дисципліни: формування системи фундаментальних знань з менеджменту, способів, механізмів і основного інструментарію системного управління організації

Завдання дисципліни:

- вивчення сутності, основних понять і категорій управління;
- складових елементів, етапів, інструментів реалізації та забезпечення взаємозв'язків функцій управління; процесів прийняття і методів обґрунтування управлінських рішень;
- набуття вмінь використовувати базові інструменти управління організацією

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Поняття і сутність менеджменту;
2. Розвиток науки управління;
3. Основи теорії прийняття управлінських рішень;
4. Методи обґрунтування управлінських рішень;
5. Планування в організації;
6. Організація як функція управління;
7. Мотивація;
8. Управлінський контроль;
9. Лідерство;
10. Комунікації в управлінні.

Комп'ютерна графіка

Мета дисципліни: Забезпечення опанування студентами основ комп'ютерної графіки. Забезпечити вироблення у студентів умінь та навичок роботи з графічними редакторами Corel Draw, Adobe Photoshop, Pixlr Editor (pixlr.com), GIMP, Inkscape. Підготувати до роботи в умовах необхідності використання графічних редакторів.

Завдання дисципліни:

- забезпечити ґрунтовне оволодіння студентами теоретичною базою концепції використання сучасних інформаційних технологій у комп'ютерній графіці;
- забезпечити ґрунтовне оволодіння методикою використання комп'ютерних програм, що дає змогу самостійно переходити до роботи з новими релізами існуючих та новітніх графічних програм;
- забезпечити ґрунтовне оволодіння студентами основними засобами і методами створення графічних проектів за допомогою професійних графічних пакетів програм; сформувані у студентів знання, вміння та навички, необхідні для ефективного використання основних методів курсу у майбутній професійній діяльності.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Понятійні компоненти комп'ютерної графіки.
2. Комп'ютерний дизайн та графіка. Види комп'ютерної графіки
3. Колір і моделі кольору. Формати графічних файлів
4. Програми для обробки векторної та растрової графіки
4. Векторний графічний редактор Corel Draw та растровий графічний редактор Adobe Photoshop.

Анотація змісту циклу професійної підготовки

Промисловий маркетинг

Мета дисципліни: формування теоретичних знань та практичних навичок щодо забезпечення максимального задоволення підприємством потреб покупців на промисловому ринку та отримання прибутку;

формування теоретичних і практичних знань щодо промислового маркетингу, сучасних концепцій його розвитку.

Завдання дисципліни:

- вивчення теорії промислового маркетингу, методології маркетингових досліджень;

- розробка і планування маркетингових стратегій та їх реалізація промисловими підприємствами, планування сучасних методів управління маркетинговою і комунікативною діяльністю у сферах закупівлі, збуту, розподілу промислової продукції.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Сутність та концепції промислового маркетингу.
2. Промислові товари.
3. Ринок промислових товарів.
4. Формування та дослідження попиту на промислові товари.
5. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві.
6. Товарна і цінова політика.
7. Матеріально-технічне постачання.
8. Система маркетингових комунікацій.
9. Маркетингове управління та планування на промислових підприємствах.

Реклама і стимулювання продажу

Мета дисципліни: формування системи теоретичних знань і практичних навичок зі стимулюванням збуту та реклами для ефективного застосування їх в маркетинговій діяльності

Завдання дисципліни:

- формувати рекламну політику підприємства;
- використовувати інструменти маркетингу та ЗМІ для побудови рекламних комунікацій та стимулювання продажу;

- використовувати принципи, методи та інструментарій комунікаційної діяльності у конкретній маркетинговій ситуації;

- визначати напрямки використання засобів маркетингової комунікаційної діяльності для найкращого просування товару на ринок;

- визначати ефективність проведеної рекламної кампанії;
- розробляти бюджет рекламної кампанії;
- розраховувати ефективність рекламного звернення до цільової аудиторії.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Рекламні комунікації в системі маркетингу.
2. Законодавчі підвалини ведення рекламної діяльності та стимулювання продажу.
3. Стимулювання продажу
4. Паблік рилейшнз.
5. Реклама на місці продажу.
6. Прямий маркетинг.
7. Персональний продаж.
8. Основи SEO адміністрування та СММ менеджмент.
9. Мерчандайзинг.

Міжнародний маркетинг

Мета дисципліни: формування у студентів сукупності знань про сучасну концепцію міжнародного маркетингу, про умови, механізми та інструменти її використання в діяльності підприємств.

Завдання дисципліни:

- оволодіння теоретичними знаннями та методичними підходами щодо вивчення міжнародного маркетингового середовища, вибору зарубіжних ринків,
- проведення міжнародного маркетингового дослідження та формування комплексу міжнародного маркетингу.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

1. Теоретичні та методичні основи міжнародного маркетингу
2. Міжнародне маркетингове середовище
3. Міжнародні маркетингові дослідження
4. Сегментація світового ринку
5. Вибір зовнішніх ринків та способу виходу на зарубіжні ринки
6. Особливості товарної політики в міжнародному маркетингу
7. Міжнародні маркетингові комунікації

Маркетинг послуг

Мета дисципліни: набуття теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, про визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, опанування теоретичними основами та практичними навичками щодо формування і використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг

Завдання дисципліни:

- давати визначення послуг та називати їх основні відмінності від товарів;
- наводити ознаки класифікації послуг та перераховувати існуючі види послуг за різними ознаками;
- описувати специфіку формування ринку послуг та основних тенденцій його сучасного розвитку;
- описувати існуючі моделі маркетингу послуг та називати їх особливості;
- наводити зміст та особливості маркетингу в сфері послуг;
- називати відмінні властивості комплексу маркетингу в сфері послуг;
- називати складові частини моделі пакету послуг;
- зображувати схему складання карти процесу надання послуг;
- пояснювати сутність якості послуг та пов'язаних з цим терміном понять;
- описувати та порівнювати існуючі в економічній науці моделі якості послуг;
- демонструвати володіння методами, за допомогою яких можна оцінити якість послуг, та знання сутності різних показників якості;
- демонструвати знання можливих джерел інформації, яка необхідна для проведення аналізу якості послуг, та методів збору цієї інформації;
- демонструвати знання основних принципів вдосконалення якості послуг;
- називати існуючі методи дослідження ринку послуг;
- перераховувати можливі підходи до сегментування ринку послуг;
- демонструвати знання змісту аналізу конкурентного середовища;
- демонструвати знання видів та методів аналізу та прогнозування попиту на послуги;
- давати визначення бренду та перераховувати основні брендові стратегії підприємств сфери послуг.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Сутність та основні риси послуг, ринку послуг та маркетингу послуг
Особливості маркетингової діяльності підприємств сфери послуг

**Розподіл змісту освітньої програми (варіативна складова) за
циклами підготовки, дисциплінами та перелік сформованих
компетенцій**

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
<p>Здатність застосовувати базові політичні цінності та норми політичної поведінки для формування активної громадянської позиції: використовувати методи аналізу, діагностики і прогнозування політичних явищ, процесів і подій в контексті досягнень сучасної соціально-політичної науки; аналізувати, раціонально та критично оцінювати історико-політичні події та явища для формування власного свідомого відношення до соціально-політичного буття; аналізувати феномен влади як субстанції політики й засобу управління суспільно-політичними процесами. Усвідомлювати систему соціальних та політичних інститутів сучасності, які складають структурно-функціональний формат політичного буття: усвідомлювати реальний вплив сучасних політичних суб'єктів на функціонування й трансформацію соціально-політичного буття; визначати основні характеристики функціонування політичної системи сучасної України та обґрунтування необхідності її стабільності для ефективного суспільно-політичного розвитку; усвідомлювати закони функціонування держави, специфіку організації державних органів у структурі політичних інститутів.</p> <p>Свідомо формувати та удосконалювати власну політичну культуру, залучатися до демократичних цінностей та застосовувати їх у особистісному</p>	<p><i>Знати:</i> теоретико-методологічні підвалини соціально-політичного дискурсу; володіти категоріями, поняттями й закономірностями політичної науки; історичну традицію розвитку світової політичної думки; особливості генезису національних політологічних шкіл; теоретико-концептуальну структуру сучасної політологічної доктрини в розмаїтті зарубіжних і вітчизняної наукових шкіл; сутність найважливіших політичних феноменів: політики, політичної влади, лідерства, політичної системи і режиму, держави, ідеології, політичної культури та поведінки, політичних технологій тощо; систему соціальних та політичних інститутів сучасності, що складають структурно-функціональний формат політичного буття; структуру і реальний вплив сучасних політичних суб'єктів: політичних партій, рухів та їх лідерів, політичної еліти та істеблшменту, політико-правових інституцій держави; природу, форми й динаміку різноманітних соціально-політичних процесів, їх типологію, масштаби й наслідки; міжнародну політику і глобальні проблеми сучасності.</p> <p><i>Вміти:</i> володіти методами аналізу, діагностики і прогнозування соціально-політичних явищ, процесів та подій в контексті досягнень сучасної політичної науки; визначати теоретичні, духовні, прикладні та інструментальні компоненти соціально-політичного знання, їх роль і функції в підготовці</p>	<p align="center">Суспільно-політичні студії</p>

<p>та професійному розвитку: опанувати різноманітні форми участі у політичному житті сучасної України для формування активної громадянської позиції; робити усвідомлений політичний вибір в умовах сучасного політичного плюралізму; орієнтуватися в міжнародних політичних процесах, оцінювати світові геополітичні проблеми, місце і роль України на міжнародній арені.</p>	<p>політичних рішень; аналізувати владу як субстанцію політики й засіб управління соціальними процесами; орієнтуватися в проблемах легітимності, горизонтального й вертикального розподілу влади; характеризувати сутність держави, соціально-політичного життя, розрізняти політичні відносини і процеси, суб'єкти і об'єкти політики; класифікувати політичні системи і режими, партійні та виборчі системи; аналізувати міжнародні політичні процеси, оцінювати світові геополітичні проблеми, місце і роль України на міжнародній арені; опанувати навички політичної культури, вміння застосовувати політичні знання у професійній і громадській діяльності.</p>	
<p>Здатність використовувати духовно-виховні та культурологічні аспекти християнської етики у професійній діяльності.</p>	<p><i>Знати:</i> основні терміни та визначення щодо християнської етики в українській культурі; сутність понять “Етика”, “Християнська етика”, “Етикет”, “Релігієзнавство”, їх спорідненості та відмінності; дохристиянські політеїстичні релігії, загальні ознаки дохристиянських релігій; історичні корені виникнення та розвитку християнства в Україні як монотеїстичної релігії; моральне вчення та сутність християнства; місце і роль релігії в українській культурі; юрисдикцію і юриспруденцію принципу відокремлення школи від Церкви, а Церкви і релігійні організації від держави; духовно-виховні та культурологічні аспекти християнської етики; християнські обряди та народні звичаї як осердя української культури; християнську етику людських взаємин; найбільші релігійні свята; сутність народного святкового календаря, основні щомісячні народні свята та їх змістовні характеристики; християнський етикет, норми</p>	<p>Християнська етика в українській культурі</p>

	<p>поведінки і правила ввічливості в християнстві; принципи використання потенціалу української традиційної культури у навчально-виховному процесі вищих та загальноосвітніх навчальних закладів; головні чинники морально-естетичного самооздоровлення, збереження і розвитку національної свідомості та духовності народу; принципи утвердження християнської моралі засобами літературних творів, митців літературного слова; духовну спадщину класиків української літератури, поетів, художників, композиторів, митців.</p> <p><i>Вміти:</i> характеризувати дохристиянські політеїстичні релігії, загальні їх ознаки; пояснювати історичні витоки та сутність християнства як монотеїстичної релігії; трактувати принцип відокремлення школи від Церкви, а Церкви і релігійної організації від держави; давати пояснення щодо християнських настанов, обрядів та народних звичаїв; обґрунтовувати важливість християнської етики і етикету людських взаємин в українському суспільстві та українській культурі; давати коментар найбільшим релігійним святам християнства, їх особливостям та основному змісту; тлумачити сутність і змістовну характеристику християнських народних свят та їх вплив на українську культуру; пояснювати сутність християнського етикету, норми поведінки і правила ввічливості в християнстві.</p>	
<p>Здатність використовувати способи прийняття управлінських рішень, адекватних вимогам туристського ринку, формувати організаційні структури та здійснювати поточне і стратегічне планування туристичного сервісу.</p>	<p><i>Знати:</i> зміст і основні поняття менеджменту, рівні менеджменту; історію розвитку управлінської думки; поняття організації і особливості організаційних процесів; класифікацію підприємств, особливості технологічних процесів; управлінські повноваження, їх</p>	<p>Менеджмент</p>

	<p>види; типи організаційних структур управління; значення комунікацій в менеджменті, комунікаційні стилі і мережі; особливості прийняття управлінських рішень; особливості розробки стратегії і планів організації; зміст та форми мотивації до праці; особливості і види управлінського контролю; особливості функціонування груп в менеджменті; групові процеси; природу влади і способи її реалізації; особливості управління, його стилі; природу конфліктів та управління ними; основи нормування і планування робочого часу.</p> <p><i>Вміти:</i> обирати оптимальну форму організації підприємства; будувати ефективні комунікаційні мережі; визначити основні напрямки стратегічного розвитку організації, планувати заходи по їх реалізації. проектувати ефективні організаційні структури управління організацією виходячи з конкретних умов; використовувати владу, вплив і авторитет в конкретних умовах для досягнення цілей організації; обирати ефективні форми мотивації працівників до праці; використовувати основні способи вирішення конфліктів в організаціях; планувати робочий час підлеглих; організовувати ефективні системи контролю в організаціях; надавати допомогу в плануванні кар'єри підлеглим.</p>	
<p>забезпечити ґрунтовне оволодіння студентами теоретичною базою концепції використання сучасних інформаційних технологій у комп'ютерній графіці; забезпечити ґрунтовне оволодіння методикою використання комп'ютерних програм, що дає змогу самостійно переходити до роботи з новими релізами існуючих та новітніх графічних програм; забезпечити ґрунтовне оволодіння студентами основними засобами і методами</p>	<p><i>Знати:</i> Типи зображень, моделі кольорів. Специфіку роботи з векторною та растровою графікою. Принципи використання графічних об'єктів при створенні Web-сторінок. Специфіку роботи з цифровими та сканованими зображеннями.</p> <p><i>Вміти:</i> Типи зображень, моделі кольорів. Специфіку роботи з векторною та растровою графікою. Принципи використання графічних об'єктів при створенні Web-</p>	<p>Комп'ютерна графіка</p>

<p>створення графічних проектів за допомогою професійних графічних пакетів програм; сформувавши у студентів знання, вміння та навички, необхідні для ефективного використання основних методів курсу у майбутній професійній діяльності.</p>	<p>сторінок. Специфіку роботи з цифровими та сканованими зображеннями.</p>	
<p>здатність приймати рішення про оптимізацію управління збутовою, рекламною та комунікаційною діяльністю підприємств з метою забезпечення їх конкурентних переваг; здатність вирішувати проблемні питання у маркетинговій діяльності підприємств, пов'язані з перспективою їх подальшого розвитку, на основі побудови ефективного механізму планування з метою запобігання загроз, небезпек та зниження ступеня ризику діяльності підприємства. здатність збирати, накопичувати та передавати інформацію щодо можливої зміни вимог і потреб споживачів; здатність перетворювати інформацію у знання про майбутні перспективи діяльності підприємства з метою забезпечення його конкурентних переваг формування теоретичних знань та практичних навичок щодо забезпечення максимального задоволення підприємством потреб покупців на промисловому ринку та отримання прибутку</p>	<p><i>Знати:</i> сутність промислового маркетингу, його видів, принципів, методів використання; склад показників масштабу і потенціалу споживчого і промислового ринків; організаційні особливості здійснення маркетингової діяльності на підприємстві; етапів розробки маркетингового плану; сутність факторів маркетингового середовища підприємства; зміст та завдання аналізу можливостей виробництва нового продукту; особливості визначення перспектив збуту нового продукту; сутності бізнес-планування та його цілей; основні розділи бізнес-плану та особливостей їх розробки; <i>Вміти:</i> збирати, накопичувати та передавати інформацію щодо можливої зміни вимог і потреб споживачів; перетворювати інформацію у знання про майбутні перспективи діяльності підприємства з метою забезпечення його конкурентних переваг</p>	<p>Промисловий маркетинг</p>
<p>формування у студентів системи теоретичних знань, практичних навичок та вмінь щодо принципів та правил ведення рекламних комунікацій та розробки політики стимулювання продажу на підприємстві</p>	<p><i>Знати:</i> основні визначення та категорії дисципліни; предмет дисципліни та сфери її використання у маркетинговій діяльності; теоретичні концепції щодо формування політики рекламних комунікацій; принципи та правила побудови рекламних комунікацій та програм стимулювання продажу; <i>Вміти:</i> сформувати рекламну політику підприємства; виявляти та аналізувати вплив різних факторів,</p>	<p>Реклама і стимулювання збуту</p>

	<p>які здатні впливати на рекламну політику та систему стимулювання продажу підприємства; використовувати інструменти маркетингу та ЗМІ для побудови рекламних комунікацій та стимулювання продажу; використовувати принципи, методи та інструментарій комунікаційної діяльності у конкретній маркетингової ситуації; визначати напрямки використання засобів маркетингової комунікаційної діяльності для найкращого просування товару на ринок; визначати ефективність проведеної рекламної кампанії; розробляти бюджет рекламної кампанії; розраховувати ефективність рекламного звернення до цільової аудиторії; шукати резерви у процесі удосконалення системи товаропросування.</p>	
<p>формування у студентів сукупності знань про сучасну концепцію міжнародного маркетингу, про умови, механізми та інструменти її використання в діяльності підприємств.</p>	<p><i>Знати:</i> поняття міжнародного маркетингу; специфічні особливості міжнародного маркетингу; поняття міжнародної і зовнішньої торгівлі; етапи міжнародного маркетингового дослідження; етапи процесу сегментації світових ринків; фактори сегментації в міжнародному маркетингу; основні стратегії виходу на закордонний ринок, їх характеристику; критерії вибору способу виходу на закордонні ринки; особливості стимулювання збуту товару на закордонних ринках; міжнародні товарні стратегії; поняття демпінгових цін; джерела первинної й вторинної інформації про закордонний ринок; особливості макро- й мікросередовища маркетингу на закордонному ринку;</p> <p><i>Вміти:</i> робити правильний вибір критерію сегментації цільового зовнішнього ринку; збирати необхідну інформацію про конкурентів, що діють на зовнішньому ринку; робити</p>	<p>Міжнародний маркетинг</p>

	<p>правильний вибір стратегії виходу на закордонні ринки; збирати необхідні дані для обґрунтування рішення про вихід на зовнішній ринок. проводити сегментацію цільових закордонних ринків; планувати міжнародну маркетингову діяльність на підприємстві; узагальнювати інформацію про цільові закордонні ринки; обґрунтовувати вибір способу виходу на закордонні ринки; адаптувати комплекс маркетингу до закордонних ринків; обирати посередників на зарубіжних ринках.</p>	
<p>здатність донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в сфері маркетингу послуг; здатність формувати та підтримувати довготривалі та доброзичливі стосунки з клієнтами та іншими суб'єктами ринку; запобігати виникненню конфліктних ситуацій в процесі надання послуг клієнтам; створювати доброзичливий клімат всередині підприємства та в зовнішньому середовищі; своєчасно реагувати на труднощі, що виникають у підлеглому персоналу, та допомагати їх подолати; вміння налагодити систему "зворотного зв'язку" з клієнтами на підприємстві для систематичного отримання актуальної первинної інформації про ринок та споживачів; встановлення комунікативного контакту з клієнтами, іншими особами з метою обміну інформацією, необхідною для здійснення маркетингової діяльності; здатність взаємодіяти з іншими працівниками підприємства щодо обміну необхідною інформацією, управління потоками інформації, налагодження системи обміну та збору необхідної інформації.</p>	<p><i>Знати:</i> давати визначення послуг та називати їх основні відмінності від товарів; наводити ознаки класифікації послуг та перераховувати існуючі види послуг за різними ознаками; описувати специфіку формування ринку послуг та основних тенденцій його сучасного розвитку; описувати існуючі моделі маркетингу послуг та називати їх особливості; наводити зміст та особливості маркетингу в сфері послуг; називати відмінні властивості комплексу маркетингу в сфері послуг; називати складові частини моделі пакету послуг; зображувати схему складання карти процесу надання послуг; пояснювати сутність якості послуг та пов'язаних з цим терміном понять; описувати та порівнювати існуючі в економічній науці моделі якості послуг; демонструвати володіння методами, за допомогою яких можна оцінити якість послуг, та знання сутності різних показників якості; демонструвати знання можливих джерел інформації, яка необхідна для проведення аналізу якості послуг, та методів збору цієї інформації; демонструвати знання основних принципів вдосконалення якості послуг; називати існуючі методи дослідження ринку послуг;</p>	<p>Маркетинг послуг</p>

	<p>перераховувати можливі підходи до сегментування ринку послуг; демонструвати знання змісту аналізу конкурентного середовища; демонструвати знання видів та методів аналізу та прогнозування попиту на послуги; описувати можливі стратегії підприємства відносно кожного з елементів маркетингового комплексу для різних послуг з урахуванням стадії життєвого циклу, частки ринку; демонструвати знання принципів управління прибутковістю діяльності підприємств у сфері послуг; давати визначення бренду та перераховувати основні брендові стратегії підприємств сфери послуг; пояснювати сутність торговельно-посередницької діяльності, особливості роздрібно та оптової торгівлі; перераховувати основні типи посередників та пояснювати специфіку їх роботи та маркетингової діяльності; пояснювати сутність гостинності, перераховувати види засобів розміщення туристів та; давати визначення сутності термінів і показників готельного бізнесу; пояснювати особливості маркетингової діяльності підприємств в сфері готельного господарства; 6 давати визначення основних термінів туристичної діяльності та характеризувати специфіку туристичного маркетингу; демонструвати знання основних засад дослідження ринку туризму, класифікації видів туризму та сегментації споживачів; пояснювати сутність та специфіку банківського маркетингу; перераховувати методи ціноутворення щодо банківських продуктів та визначення їх собівартості, а також прогнозування витрат на банківський маркетинг; пояснювати сутність та види консалтингових послуг; перераховувати чинники попиту на</p>	
--	--	--

	<p>консалтингові послуги, вимоги споживачів до послуг консалтингових підприємств; характеризувати сутність діяльності консалтингових підприємств та особливості їх маркетингової діяльності.</p> <p><i>Вміти:</i> ідентифікувати послуги за окремими класифікаційними ознаками; визначати, які особливості маркетингової діяльності щодо послуг спричиняються відмінними ознаками цих послуг; робити порівняльний аналіз різних моделей маркетингу послуг та виокремлювати їх спільних риси та відмінності; визначати концепцію маркетингу послуг, найбільш доцільну до використання в певних умовах; розробляти модель пакету послуг; складати карту процесу надання послуг різних видів; збирати інформацію, необхідну для оцінки якості послуг, та проводити розрахунки показників якості послуг за допомогою різних методів; інтерпретувати результати, одержані під час розрахунків показників якості послуг, та пояснювати можливі причини одержаних результатів; визначати шляхи та заходи щодо удосконалення якості послуг та запровадити їх на практиці; обирати найбільш доцільні методи дослідження ринку; здійснювати сегментацію ринку послуг та обирати найбільш привабливі сегменти; проводити аналіз конкурентного середовища, ринкових позицій конкурентів; обирати та розробляти стратегії щодо елементів комплексу маркетингу для послуг з урахуванням різних чинників; розробляти моделі маркетингових комунікацій, спрямовані на просування різних видів послуг; обирати найбільш доцільні стратегії діяльності різних видів торговельно-посередницьких</p>	
--	--	--

	<p>підприємств; проводити розрахунки з оцінки різних аспектів ефективності торговельно-посередницької діяльності, інтерпретувати та аналізувати їх результати; планувати діяльність сервісних організацій, проводити аналіз потреб в сервісі та розрахунки кількості необхідних ресурсів; розраховувати оптимальну ціну послуги за різними критеріями; здійснювати аналіз ринку готельних послуг; проводити аналіз конкурентоспроможності підприємства в сфері туризму та розробляти і впроваджувати заходи щодо її підвищення; обирати та розробляти найбільш доцільну цінову політику для банку; робити розрахунки щодо планування витрат на банківський маркетинг; здійснювати прогнозування ефективності діяльності банківських філій; визначати прийнятні ціни на послуги з бізнес-консалтингу</p>	
--	---	--