

| Дисципліна | ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ |
|--|--|
| Кафедра | Обліку і оподаткування |
| Факультет | Факультет управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 7 |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Економіка підприємства |
| Теми дисципліни | <p>Тема 1. Інформаційна система та її роль в управлінні економікою</p> <p>Тема 2. Економічна інформація і засоби її формалізованого опису</p> <p>Тема 3. Інформаційні технології оброблення економічної інформації</p> <p>Тема 4. Організаційно-методичні основи створення та функціонування системи діджитал-обліку</p> <p>Тема 5. Автоматизація економічних процесів за допомогою текстових редакторів</p> <p>Тема 6. Автоматизація економічних процесів за допомогою табличних процесорів</p> <p>Тема 7. Автоматизація економічних процесів за допомогою систем управління базами даних</p> <p>Тема 8. Спеціалізоване програмне забезпечення для економіста</p> <p>Тема 9. Інформаційні системи в економіці, засновані на хмарних технологіях</p> |
| Чому це цікаво/треба вивчити | Вивчення сучасних засобів автоматизації дозволить оптимізувати та спростити роботу економіста, адже інформаційні системи та технології є невід'ємним інструментом обробки економічної інформації та управління підприємством |
| Семестровий контроль | залік |

| Дисципліна | Електронна комерція |
|------------------------------|--|
| Кафедра | Менеджменту, публічного управління та адміністрування |
| Факультет | Факультет управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 7 |
| Теми дисципліни | <p>Тема 1. Електронна комерція як складова електронного бізнесу.</p> <p>Тема 2. Інтернет-маркетинг: сутність, основні принципи та поняття.</p> <p>Тема 3. Основи web-девелопмент.</p> <p>Тема 4. Електронні платіжні системи.</p> <p>Тема 5. Організаційно-правове забезпечення електронної комерції</p> <p>Тема 6. Цифрові комунікації.</p> |
| Чому це цікаво/треба вивчити | Вивчення основних засад електронної комерції, типів електронних платежів, основ цифрових комунікацій, методів захисту інформації сприяє набуттю вміння оцінювати стан електронної торгівлі тощо з метою створення стратегічних конкурентних переваг для організації. |
| Семестровий контроль | залік |

| | |
|---|---|
| Кафедра | Економіки , маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Семестр | 7 |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Маркетинг, Економіка підприємства, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика |
| Зміст дисципліни | Планування як наука. Предмет, об'єкти і методи дослідження. Планування як функція управління підприємством. Методи та інструменти планових розрахунків. Функціонування системи планування на підприємстві. Різновиди планів та їх комплекси. Зміст поточних планів та організація їх розробки. Маркетингові дослідження. Планування реклами. Планування збуту продукції. Планування обсягів виробництва продукції у вартісному виразі. Планування персоналу. Планування продуктивності праці. Планування фонду оплати праці. Мета та завдання розробки плану собівартості продукції. Класифікація витрат та групування їх за економічними елементами. Зміст і завдання фінансового плану. Планування витрат на підготовку і освоєння виробництва нової продукції. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. Технологія розробки бізнес-плану. Зміст основних розділів бізнес-плану. |
| Результати навчання | Вивчення дисципліни «Економіка і організація інноваційної діяльності» дозволить студенту сформувати знання з планування виробництва, збуту і контролю продукції, ресурсного забезпечення, розробки бізнес-плану підприємства; планування фінансів на підприємстві з врахуванням організаційно-правової форми власності та організаційно-економічної форми господарювання; розробки планів економічного і соціального розвитку підприємства; оптимізації виробничої програми. |
| Семестровий контроль | Залік |

| | |
|---|---|
| Дисципліна | Економіка і організація інноваційної діяльності |
| Кафедра | Економіки , маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Семестр | 7 |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Маркетинг, Економіка підприємства, Менеджмент, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика |
| Зміст дисципліни | Поняття інновацій. Еволюція інноваційної теорії. Визначення інновацій за Й. Шумпетером. Інноваційні теорії економічного розвитку. Роль інновацій у формуванні економічної системи. Місце та роль інновацій у системі господарювання. Система класифікації інновацій. Типи інновацій. Функції інновацій. Еволюція технологічних укладів. Поняття «технологічного укладу». Типи циклів («хвиль»). «Цикли» М. Кондрат'єва. Динамічна теорія розвитку Й. Шумпетера. Характеристика інноваційної діяльності. Перетворення нововведень на інновацію й основну продукцію фірми. Життєвий цикл інновацій. Циклічна концепція розвитку інновацій. Поняття інноваційного циклу. Інновації як об'єкт державної політики. Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності. Сутність та економічна природа категорії «інформація». Види інформаційного забезпечення інноваційної діяльності. Структура фінансового механізму науково-технічної та інноваційної діяльності. Державне фінансування інновацій: порядок і способи. Обсяги і джерела інвестування інновацій. Сутність та складові елементи інноваційної політики підприємства. Змістовна характеристика інноваційної політики. Сутність і зміст стратегій інноваційного розвитку. Типи стратегій інноваційного розвитку за характером (захисна, наступальна, імітаційна тощо), предметом діяльності, періодом, ступенем підпорядкування, періодом. Етапи формування стратегії. Поняття інноваційного проекту та управління ним. Критерії та умови оцінювання інноваційного проекту. Класифікація інноваційних проектів. Принципи оцінки ефективності інноваційного проекту. |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення дисципліни «Економіка і організація інноваційної діяльності» дозволить студенту сформувати знання з визначення стратегії і тактики інноваційного забезпечення суб'єктів господарювання, опанувати методи стратегічного управління інноваціями, методів маркетингу, планування і фінансування інноваційної діяльності. |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Маркетинг транспортних послуг |
|---|---|
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 6 (для 3 курсу); 7 (для 4 курсу) |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Маркетинг, Маркетингові дослідження |
| Зміст дисципліни | Основні напрямки маркетингу на транспорті. Маркетинг B2B у галузі транспорту та логістики. Маркетингові дослідження на ринку транспортних послуг. Сутність та роль маркетингової інформаційної системи. Сутність і завдання маркетингового дослідження. Напрями комплексного дослідження ринку транспортних послуг. Процес маркетингового дослідження та його практична реалізація в сфері перевезень. Особливості формування транспортних тарифів. Види знижок в системі транспортних тарифів. Комунікаційна модель транспортного маркетингу. Інформація та реклама у стимулюванні попиту на транспортні послуги. Сутність транспортно-експедиційного обслуговування. Основні поняття та визначення у транспортно-експедиційному бізнесі. Аналіз кон'юнктури транспортного ринку. Аналіз ринкових можливостей транспортних підприємств. Визначення транспортної забезпеченості та доступності. Особливості розробки комплексу маркетингу транспортних підприємств. Маркетингова стратегія транспортних послуг. |
| Чому це цікаво/треба вивчити | Вивчення маркетингу транспортних послуг сформує у студента системні знання з можливих шляхів покращення логістичні процесів в сфері перевезень, досліджувати ринок транспортних послуг, аналізувати поведінку споживачів-користувачів перевезень, розробляти ефективні маркетингові стратегії розвитку транспортної логістики та удосконалювати пов'язані з нею процеси. |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Економіка і ціноутворення в галузі туризму |
|---|--|
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Семестр | 7 |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Маркетинг, Маркетинг послуг, Економіка підприємства |
| Зміст дисципліни | Тема 1. Предмет економіки міжнародного туризму Тема 2. Ресурсне забезпечення суб'єктів економіки туризму. Тема 3. Організаційні форми діяльності суб'єктів туризму Тема 4. Основи економіко-правової організації діяльності туристичних компаній Тема 5. Трудові ресурси в туризмі Тема 6. Фінансові ресурси туристичних підприємств Тема 7. Економіка інфраструктури туризму Тема 8. Інвестування та оподаткування туризмі Тема 9. Особливості ціноутворення в туризмі Тема 10. Фактори впливу на ціну туристичного продукту. Тема 11. Методи встановлення цін на туристичний продукт Тема 12. Ціноутворення і конкуренція в туристичній галузі. |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення дисципліни «Економіка і ціноутворення в галузі туризму» дозволить студенту сформувати всебічні та системні знання для роботи в сфері туризму, ознайомить з загальною методологією ціноутворення та підвищення ефективності діяльності суб'єктів туристичної діяльності |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Маркетинг туризму |
|---|--|
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 7 |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Системний підхід у бізнесі, Статистика, Маркетинг, Маркетинг послуг, Маркетингові дослідження, |
| Теми дисципліни | Тема 1. Сутність та особливості туристичного маркетингу Тема 2. Особливості міжнародного туристичного ринку Тема 3. Інфраструктура туристичного ринку Тема 4. Туристичний продукт Тема 5. Ціна туристичного продукту Тема 6. Просування туристичного продукту Тема 7. Комунікаційні та інноваційні технології в маркетингу туризму Тема 8. Маркетингова стратегія туристичної компанії Тема 9. Процес розробки туристичної пропозиції Тема 10. Імідж і бренд території як складові її туристичної привабливості |
| Чому це цікаво/треба вивчити | В результаті вивчення дисципліни «Маркетинг туризму» студент матиме знання з виведення і просування на ринку туристичного продукту, моделювання ситуацій та окремих завдань зі стратегічного планування і контролю туристичного бізнесу |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Основи наукових досліджень |
|---|--|
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 8 |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Маркетинг, Економіка підприємства, Філософія, Статистика |
| Зміст дисципліни | Наука як система знань, закономірності її розвитку. Гіпотеза, докази та формування теорій. Класифікація науки, взаємозв'язок між трьома розділами наукового знання: природознавством, суспільними (соціальними) науками та філософією. Суть і основні види та етапи наукових досліджень. Об'єкт, предмет наукового дослідження. Поняття про методологію досліджень, види та функції наукових досліджень. Два рівні пізнання в методології наукових досліджень: емпіричний і теоретичний. Загальна і часткова методологія науки. Методи та техніка наукових досліджень, їх класифікація. Поняття, терміни та роль інформації в проведенні наукових досліджень. Види та галузі інформації. Пошук вторинної документальної інформації з теми дослідження, бібліографічні видання. визначення теми дослідження, його мети, завдання. Поняття наукової проблеми. Критерії вибору наукового дослідження. Актуальність теми розробок. Принципи формування мети та завдань дослідження. Поняття наукової новизни та практичної цінності роботи. Поняття та сутність методів проведення наукових досліджень. Основи та види систематизації результатів дослідження. |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення дисципліни «Основи наукових досліджень» дозволить студенту оволодіти понятійним апаратом, розкрити можливості їх участі у науково-дослідній роботі, відкрити перед студентом зміст наукового дослідження, ознайомить з методами і методикою його проведення, основними вимогами до наукових робіт та етичними нормами в сучасній науці. |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА |
|------------------------------|---|
| Кафедра | Менеджменту, публічного управління та адміністрування |
| Факультет | Факультет управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 8 |
| Теми дисципліни | <p>Тема 1. Сутність і концепція розвитку стратегічного управління підприємством.</p> <p>Тема 2. Місія та цілі підприємства.</p> <p>Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.</p> <p>Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.</p> <p>Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.</p> <p>Тема 6. Соціально-психологічне забезпечення стратегічного управління і формування стратегічної поведінки персоналу.</p> <p>Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства</p> <p>Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства</p> <p>Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства</p> <p>Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства.</p> <p>Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.</p> <p>Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії .</p> <p>Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії.</p> <p>Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства.</p> <p>Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.</p> |
| Чому це цікаво/треба вивчити | Формування вміння з теоретико-методологічних аспектів розроблення стратегій, стратегічних планів, проектів і програм; створення системи стратегічного управління та забезпечення її функціонування в динамічному середовищі. |
| Семестровий контроль | залік |

| Дисципліна | Міжнародний маркетинг |
|--|--|
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Спеціальність | Маркетинг |
| Курс (семестр) | 4, семестр 8 |
| Кафедра | Економіки , маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Маркетинг, Міжнародна економіка, Світові товарні ринки та ін. |
| Чому це цікаво / треба вивчати | Кваліфікованому фахівцю з маркетингу знадобляться знання з організації міжнародного бізнесу та з міжнародного маркетингу внаслідок наростаючої відкритості економічного простору щодо зовнішніх ринків та з метою удосконалення відносин із зовнішніми контрагентами. Майбутній фахівець отримає знання з організації та документообігу у сфері зовнішньої торгівлі та міжнародних комунікацій |
| Зміст дисципліни | Глобалізаційні процеси в міжнародній торгівлі як передумова розвитку міжнародного маркетингу. Особливості міжнародного маркетингу як управлінської діяльності. Чинники розвитку міжнародного маркетингу. Поняття міжнародного маркетингового середовища, його зміст та складові. Організація міжнародних маркетингових досліджень на підприємстві. Джерела отримання інформації про зовнішній ринок. Види міжнародних маркетингових досліджень. Дослідження міжнародного ринку. Дослідження міжнародних продажів. Поняття та зміст сегментації світового ринку. Передумови та цілі сегментації міжнародного ринку. Класифікаційні ознаки типів міжнародних ринків. Критерії сегментації ринку. Етапи сегментації. Визначення цільового ринку бізнесу. Оцінка конкурентної позиції фірми на ринку. Конкурентоспроможність товару на зовнішньому ринку. Аналіз |

| | |
|--------------------------------|---|
| | <p>конкурентоспроможності України в системі світогосподарських зв'язків. Комплексне оцінювання конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках. Типи моделей виходу на зовнішні ринки. Експорт товарів та послуг. Непрямий (опосередкований) експорт. Організаційні форми опосередкованого експорту. Прямий експорт. Організація прямого експорту. Спільний експорт. Основні функції структур експортної кооперації. Форми експортної кооперації. Формування концепції товару на міжнародному ринку. Брендинг як складова міжнародної товарної політики. Формування цінової політики на зовнішніх ринках. Чинники впливу на прийняття цінових рішень щодо міжнародних ринків. Міжнародні цінові стратегії. Цінова дискримінація на міжнародних ринках. Збутова політика в системі міжнародного маркетингу. Організація транспортування та вибір каналів збуту. Стратегічні концепції дистрибутивної політики. Роль Інтернету у процесі створення нових каналів розподілу. Електронна комерція та системи B2B, B2C, C2B. Логістичні послуги в системі міжнародного маркетингу. Умови формування ланцюга поставок з позиції оцінювання конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку. Діяльність міжнародних логістичних компаній. Організація транспортування товарів / продукції різними видами транспорту. Види міжнародних документів, що забезпечують перевезення. Вибір каналів транспортування продукції. Мультиmodalні перевезення. Організація мультиmodalних перевезень. Міжнародний комунікаційний комплекс як складова комплексу маркетингу. Рівні комунікацій у міжнародних компаніях. Міжнародна рекламна діяльність. Організація рекламної діяльності на зовнішніх ринках. Особливості здійснення зв'язків з громадськістю на міжнародних ринках.</p> |
| Форма проведення занять | Лекції, практичні заняття |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Економіка транспорту |
|---|--|
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Семестр | 8 |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Маркетинг, Економіка підприємства, Менеджмент, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика |
| Зміст дисципліни | <p>Проблеми та сучасний стан транспортної інфраструктури. Обсяги вантажних перевезень. Обсяги пасажирських перевезень. Інтеграція транспортної структури до Європейського Союзу Імплементация угоди про асоціацію між Україною та ЄС у транспортній галузі. Основні засоби транспортних підприємств.</p> <p>Зміст та види основних засобів. Оцінка, знос та амортизація основних засобів. Ремонт і модернізація основних засобів. Сутність інноваційного розвитку матеріально-технічної бази залізничного транспорту. Організація інноваційно-інвестиційної роботи. Планування капітальних вкладень. Сутність і класифікація оборотних засобів. Показники ефективності використання основних і оборотних засобів. Зміст і особливості матеріально-технічного забезпечення. Визначення потреби у матеріальних ресурсах. Доходи підприємств транспорту. Поняття і специфіка формування доходів. Планування доходів. Порядок розподілу доходних надходжень. Прибуток і рентабельність підприємств транспорту. Порядок та етапи формування і розподілу прибутку. Особливості використання прибутку на підприємствах транспорту. Зміст та система показників рентабельності підприємств. Особливості оцінки рентабельності на підприємствах галузі.</p> |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення дисципліни «Економіка транспорту» дозволить студенту сформувати знання про особливості функціонування транспортного підприємства, набути навички діагностики фінансово-економічного стану транспортного підприємства, аналізувати використання основних і оборотних коштів транспортної компанії, продуктивності праці, а також визначати інші кількісні та якісні показники роботи. |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Обґрунтування управлінських рішень і оцінювання ризиків |
|---|---|
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 8 |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Маркетинг, Економіка підприємства, Менеджмент, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика |
| Зміст дисципліни | Сутність та класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень та умови їх досягнення. Методи розробки управлінських рішень. Аналітичні, статистичні та математичні методи. Методи експертних оцінок. Евристичні методи індивідуальної та групової роботи. Методичні підходи до обґрунтування й вибору управлінських рішень. Основні параметри та умови забезпечення якості рішення. Сутність невизначеності та основні причини її появи. Видова класифікація невизначеності. Урахування чинника невизначеності в управлінні підприємством і засоби її зниження. Сутнісна характеристика ризику. Основні риси та функції підприємницького ризику. Чинники впливу на ступінь ризику. Класифікація підприємницьких ризиків. Обґрунтування управлінських рішень в умовах ризику. Критерії прийняття рішень за умов ризику. Сутність фінансових рішень та зміст теорії оптимального портфеля. Формування оптимального портфеля з обмеженої кількості цінних паперів. Система показників абсолютного та відносного вимірювання ризику. Методи кількісного оцінювання підприємницьких ризиків. Аналіз варіабельності прибутку. |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення даної дисципліни дозволить студенту оволодіти теоретичними знаннями та практичними навичками з всебічного економічного обґрунтування управлінських рішень щодо оптимального використання різних видів ресурсів підприємства, прийняття рішень з різним ступенем невизначеності та ризику, зумовлених зміною кон'юнктури ринку. |
| Семестровий контроль | Залік |

| Дисципліна | Стратегічний маркетинг |
|---|---|
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Спеціальність | Маркетинг |
| Курс | 4 |
| Семестр | 8 |
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Економіка підприємства, Маркетинг та ін. |
| Чому це цікаво / треба вивчати | Кваліфікованому фахівцю з маркетингу будуть корисними знання з принципів та методів сегментації ринку та позиціонування продукції підприємства на ньому, формування та управління портфелем бізнесу фірми, можливостей та напрямів росту фірми, формування її конкурентних переваг та навички планування конкурентних стратегій підприємства, прогнозування негативних та позитивних впливів різноманітних факторів оточення фірми та інше. |
| Зміст дисципліни | Тема 1. Стратегічний маркетинг – основа успішного розвитку фірми. Тема 2. Структура маркетингового середовища підприємства та методи його аналізу Тема 3. Маркетингова стратегічна сегментація і вибір цільових ринків Тема 4. Базові методи стратегічного маркетингу Тема 5. Маркетингові стратегії зростання Тема 6. Маркетингове стратегічне управління портфелем бізнесів підприємства Тема 7. Стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства на ринку Тема 8. Маркетингові цінові стратегії підприємства |

| | |
|--------------------------------|--|
| | Тема 9. Маркетингові комунікаційні стратегії Тема 10. Оцінка стратегічних ресурсів підприємства |
| Форма проведення занять | Лекції, практичні заняття |
| Семестровий контроль | Залік |

| | |
|---|---|
| Дисципліна | Безпека в туризмі |
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Семестр | 8 |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Маркетинг, Економіка підприємства, Менеджмент, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика |
| Зміст дисципліни | Тема 1. Теоретичні основи забезпечення безпеки життєдіяльності в туристичній індустрії Тема 2. Законодавча база у сфері безпеки туризму Тема 3. Страхування і контроль за дотриманням правил безпеки в туризмі Тема 4. Фактори ризику у сфері туризму Тема 5. Безпека в різних видах туризму Тема 6. Забезпечення безпеки туриста за умов активного та екстремального туризму Тема 7. Безпека міжнародного туризму Тема 8. Нещасні випадки та захворювання в туризмі Тема 9. Економічна безпека в туризмі |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення дисципліни «Безпека в туризмі» дозволить студенту сформувати всебічні та системні знання для забезпечення безпеки туристів як на пряму підвищення ефективності туристичного бізнесу |
| Семестровий контроль | Залік |

| | |
|---|--|
| Дисципліна | Економіка залізничного транспорту |
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Рівень ВО | Перший (бакалаврський) |
| Семестр | 8 |
| Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету | Маркетинг, Економіка підприємства, Менеджмент, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика, Маркетингові дослідження, Маркетингові комунікації, Міжнародна економіка. |
| Чому це цікаво/треба вчити | Проблеми та сучасний стан залізничного транспорту. Вантажні перевезення. Обсяги пасажирських перевезень. Зміст та види основних засобів. Оцінка, знос та амортизація основних засобів. Ремонт і модернізація основних засобів. Сутність інноваційного розвитку матеріально-технічної бази залізничного транспорту. Організація інноваційно-інвестиційної роботи. Планування капітальних вкладень. Сутність і класифікація оборотних засобів. Показники ефективності використання основних і оборотних засобів. Зміст і особливості матеріально-технічного забезпечення. Визначення потреби у матеріальних ресурсах. Доходи підприємств залізничного транспорту. Поняття і специфіка формування доходів. Прибуток і рентабельність підприємств залізничного транспорту. |
| Результати навчання | Вивчення дисципліни «Економіка залізничного транспорту» дозволить студенту сформувати знання про особливості функціонування залізничного транспорту, набути навички діагностики фінансово-економічного стану структурних підрозділів та підприємств залізничного транспорту, аналізувати використання основних і оборотних коштів залізничного транспорту, продуктивності праці, а також визначати інші кількісні та якісні показники роботи залізниць. |
| Семестровий контроль | Залік |

| | |
|---|--|
| Дисципліна | Економіка міжнародного туризму |
| Кафедра | Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування |
| Факультет | Управління і технологій |
| Семестр | 8 |
| Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета | Маркетинг, Економіка підприємства, Менеджмент, Економіка праці і соціально-трудова відносини, Статистика |
| Зміст дисципліни | <p>Тема 1. Предмет економіки міжнародного туризму</p> <p>Тема 2. Теоретичні основи економіки міжнародного туризму</p> <p>Тема 3. Правові основи регулювання діяльності міжнародного туризму</p> <p>Тема 4. Вплив міжнародного туризму на національну економіку</p> <p>Тема 5. Туроператорська та турагентська діяльність в міжнародному туризмі</p> <p>Тема 6. Готельний бізнес та індустрія відпочинку</p> <p>Тема 7. Транспорт в міжнародному туризмі</p> <p>Тема 8. Туристичний ринок</p> <p>Тема 9. Інвестування в міжнародному туризмі</p> <p>Тема 10. Особливості ціноутворення в туризмі</p> <p>Тема 11. Економічний аналіз діяльності туристичних організацій</p> <p>Тема 12. Страхування міжнародного туризму</p> |
| Чому це цікаво/треба вчити | Вивчення дисципліни «Економіка транспорту» дозволить студенту сформувати всебічні та системні знання для роботи в сфері туризму, дослідження ринку туристичних послуг та підвищення ефективності діяльності суб'єктів туристичної діяльності |
| Семестровий контроль | Залік |