

Дисципліна	Управління конфліктами
Кафедра	Менеджменту, публічного управління та адміністрування
Факультет	Факультет управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	3
Теми дисципліни	Тема 1. Історична природа конфлікту. Класифікація та структура конфліктів Тема 2. Роль внутрішньоособистісного конфлікту в управлінні виробничими конфліктами Тема 3. Міжособистісні виробничі конфлікти Тема 4. Роль керівника в управлінні організаційними конфліктами Тема 5. Правове та культурне регулювання організаційних конфліктів Тема 6. Прогнозуванні і профілактика організаційних конфліктів Тема 7. Методи управління організаційними конфліктами
Чому це цікаво/треба вивчити	Дисципліну треба вивчити, щоб бути здатними вибирати спосіб поведінки у конфліктних ситуаціях; поводження із конфліктною особистістю; переговорів як універсального методу вирішення конфлікту.
Семестровий контроль	залік

Дисципліна	Ділова гра в менеджменті
Кафедра	Менеджменту, публічного управління та адміністрування
Факультет	Факультет управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	3
Теми дисципліни	Тема 1. Історія виникнення ділових ігор Тема 2. Сучасний досвід підготовки менеджерів для бізнесу з використанням міжнародного досвіду Тема 3. Призначення та мета ділової гри. Принципи побудови і проведення ділових ігор Тема 4. Психологічні особливості міжособових комунікацій/Форми вербального спілкування. Культура спілкування. Невербальна комунікація. Ділові переговори і ділова бесіда Тема 5. Планування та управління кар'єрою. Тема 6. Ділова гра «Виробнича програма» Ділова гра «Структура управління» Тема 7. Сценарій ділової гри з елементами тренінгу
Чому це цікаво/треба вивчити	Дисципліну треба вивчити, щоб навчитись аналізувати різні аспекти соціального та людського капіталу: планування та управління кар'єрою, якість життя та значення освіти у формуванні людського капіталу; професійно оцінювати ефективність здійснення інвестицій в людський капітал; здійснювати економічний аналіз та прогнозувати ситуацію щодо індексу людського розвитку, мислити, проявляти творчий підхід, застосовувати передовий досвід та активні методи в процесі прийняття управлінських рішень
Семестровий контроль	залік

Дисципліна	Кластерна політика
Кафедра	Менеджменту, публічного управління та адміністрування
Факультет	Факультет управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	3
Теми дисципліни	Тема 1. Передумови виникнення економічних кластерів Тема 2. Формування та функціонування кластерних об'єднань підприємств Тема 3. Кластерна політика Європейського Союзу Тема 4. Інноваційно орієнтоване кластерне об'єднання Тема 5. Формування ефекту від об'єднання підприємств у кластери Тема 6. Кластеризація транспортно-логістичних підприємств Тема 7. Європейська транспортно-логістична інтеграція та транспортно-логістична кластеризація в Європі
Чому це цікаво/треба вивчити	Дисципліну треба вивчити, щоб вміти оцінювати значення інтеграційних процесів у розвитку підприємств; визначати теоретичний базис формування кластерних об'єднань підприємств; досліджувати підходи до оцінки ефективності формування та функціонування кластерної форми об'єднання підприємств на основі європейського досвіду.
Семестровий контроль	залік

Дисципліна	ДІЛОВИЙ ПРОТОКОЛ І ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ
Кафедра	Менеджменту, публічного управління та адміністрування
Факультет	Факультет управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	3
Теми дисципліни	Тема 1. Базові етикетні правила ділового спілкування. Тема 2. Мистецтво ведення бесіди. Тема 3. Етика та етикет телефонного спілкування. Тема 4. Етика та етикет публічного виступу перед аудиторією. Тема 5. Організація та проведення ділових прийомів Тема 6. Етика та етикет ділової переписки. Тема 7. Діловий протокол ведення міжнародних переговорів. Тема 8. Етика невербального спілкування.
Чому це цікаво/треба вивчити	Набуття менеджерами глибоких теоретичних знань і практичних навичок ділового спілкування за етичними нормами сучасного суспільства, а також формування уяви етичного мислення сфери бізнесу.
Семестровий контроль	залік

Дисципліна	Міжнародна інвестиційна діяльність
Кафедра	Фінансів і кредиту
Факультет	Факультет управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	III
Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету	Володіння системою базових знань з загальноекономічних та фінансових дисциплін, основ інвестування та зовнішньоекономічної діяльності економічних суб'єктів
Теми дисципліни	Тема 1. Міжнародні інвестиції Тема 2. Сутність і мотивація міжнародної інвестиційної діяльності Тема 3. Умови та фактори здійснення іноземного інвестування Тема 4. Міжнародна підприємницька інвестиційна діяльність Тема 5. Міжнародні інвестиційні операції з цінними паперами Тема 6. Венчурне інвестування Тема 7. Міжнародний інвестиційний ринок Тема 8. Регулювання міжнародної інвестиційної діяльності Тема 9. Моделювання інвестиційних процесів Тема 10. Міжнародна інвестиційна діяльність в Україні
Чому це цікаво/треба вивчити	Вивчення дисципліни забезпечить формування у студентів розуміння закономірностей міжнародної інвестиційної діяльності та її мотивації, формування знань і набуття аналітичних і практичних навичок у сфері реалізації зарубіжних та іноземних інвестицій, в тому числі у конкретних умовах України.
Семестровий контроль	Залік

Дисципліна	Бренд-менеджмент
Кафедра	Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування
Факультет	Управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	3
Дисципліни, знання з яких необхідні для вивчення даного предмету	Дисципліни: Маркетинг, Менеджмент
Питання вивчення	Поняття бренду та брендингу. Історія виникнення брендів. Етапи становлення брендингу. Класифікація торговельних марок за типами об'єктів. Класифікація за ступенем охоплення ринку. Парасолькові і онлайн-бренди. Значення торгової марки. Лояльність до торговельної марки. Рівні торгової марки. Рівні лояльності споживачів. Перевага використання торгової марки. Переваги сильних брендів. Прийняття рішення про створення бренду. Ребрендинг і рестайлінг. Об'єкти брендування. Основні фактори, що визначають значення щодо торговельних марок. Вплив факторів на вибір типу торгової марки. Інструменти впливу торгової марки. Етапи створення бренду їх характеристики. Вартість торгової марки і марочний капітал. Концепції марочного капіталу. Фактори, що визначають величину марочного капіталу. Рівні позиціонування бренду. Основні помилки при позиціонуванні торгової марки. Стратегія розширення меж використання торгової марки. Стратегія подовження товарної лінії. Стратегія вертикального розширення меж бренду. Стратегія горизонтального розширення меж бренду. Стратегії реанімації та оздоровлення бренду. Консолідація і репозиціонування. Ребрендинг.
Чому це цікаво/треба	Сприяє формуванню знань у сфері управління брендами, розуміння концептуальних засад системного управління діяльністю у сфері брендингу, набуття умінь

вивчати	підготовки і прийняття управлінських рішень у цій галузі діяльності
Семестровий контроль	Залік

Дисципліна	Міжнародний маркетинг
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Спеціальність	МЗЕД, МОіА
Курс (семестр)	2, семестр 3
Кафедра	Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування
Дисципліни, знання яких необхідне для вивчення даного предмета	Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності та ін.
Чому це цікаво / треба вивчати	Кваліфікованому менеджеру у сфері організації та адміністрування зовнішньоекономічної діяльності, 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	<p>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 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	Лекції, практичні заняття

занять	
Семестровий контроль	Залік

Дисципліна	Управління ефективністю бізнеса
Кафедра	Менеджменту, публічного управління та адміністрування
Факультет	Факультет управління і технологій
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Семестр	3
Теми дисципліни	<p>Тема 1. Основи управління бізнесом.</p> <p>Тема 2. Місце стратегічного управління та планування у розвитку бізнесу</p> <p>Тема 3. Управління бізнес-проектами</p> <p>Тема 4. Система забезпечення функціонування бізнесу</p> <p>Тема 5. Маркетинг у системі управління бізнесом</p> <p>Тема 6. Мотивація та контроль як функції управління</p> <p>Тема 7. Інформаційне забезпечення бізнесу та безпека бізнесу</p> <p>Тема 8. Оцінка ефективності функціонування бізнесу</p>
Чому це цікаво/треба вивчити	<p>Вивчення даного курсу лекцій допоможе майбутньому менеджерам та керівникам всіх рівнів в виборі та обґрунтуванні послідовних кроків щодо створення та управління життєдіяльністю підприємства.</p> <p>Даний курс є практичним путівником для майбутнього керівників в частині створення власної справи, управління нею та досягнення ефективної діяльності підприємства.</p>
Семестровий контроль	залік