

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
Факультет історії та міжнародних відносин  
КАФЕДРА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ, МАРКЕТИНГУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Вченою радою факультету історії та  
міжнародних відносин  
Протокол № 1 від 30 січня 2026 р.

**КАФЕДРАЛЬНИЙ КАТАЛОГ  
ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН**

**на 2026/2027 навчальний рік**

**Освітньо-професійна програма  
«МЕНЕДЖМЕНТ»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю D3 Менеджмент  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

**Ужгород 2026**

## ЗМІСТ

Дисципліни для другого року навчання (*із кожного вибіркового компоненту слід обрати одну навчальну дисципліну*) (ОПП 2025 р.)..... 3

### 3 семестр

ВК1 – Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу (*слід обрати одну навчальну дисципліну*)\*:

Особистий бренд / Історії успіху відомих компаній, брендів і людей.....3

ВК5 – Основи фінансової грамотності/ Основи реклами/ Рекламний менеджмент ..... 5

ВК6 – Психологія управління/ Організаційна культура ..... 8

### 4 семестр

ВК2 – Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу (*слід обрати одну навчальну дисципліну*)\*:

Етика ділових відносин/ Практика спілкування (англійською, іспанською, німецькою або словацькою мовами).....11

ВК7 – Ораторське мистецтво/ Комуникативний менеджмент/ Сучасні бізнес-комунікації..... 14

ВК8 – Управління людським капіталом / Соціальний менеджмент/ ..... 18

\*Здобувач має можливість обирати «вибіркову дисципліну (ВК1, ВК2) із загальноуніверситетського каталогу», що передбачено освітньою програмою «Менеджмент» та її навчальним планом, не тільки з поміж запропонованих у даному Кафедральному каталозі вибірових навчальних дисциплін на 2026-2027 н.р., але й будь-яку вибірову освітню компоненту із Загальноуніверситетського каталогу вибірових навчальних дисциплін для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (<https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/100648> ).

## ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДРУГОГО РОКУ НАВЧАННЯ

### ВК1 – вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу

Назва дисципліни	<i>Особистий бренд</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2/3/4
Семестр	осінній/весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	навчально-методичні матеріали, сайт електронного навчання Moodle Промо курсу: <a href="https://youtu.be/3GoANUUEUNc">https://youtu.be/3GoANUUEUNc</a>
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Навчальна дисципліна «Особистий бренд» корисна майбутнім економістам, медикам, юристам, інженерам, архітекторам, спортсменам та всім тим, хто планує розвивати власний бізнес та отримувати додаткові бонуси внаслідок добре сформованого іміджу. Кожний фахівець має вміти професійно формувати та підтримувати свій імідж.

Знання теоретичних основ побудови персонального бренду забезпечує ефективну взаємодію з клієнтами, інвесторами та іншими учасниками зовнішнього оточення, яке впливає на ефективність бізнесу, фінансову свободу та успішну кар'єру, що і формує мету дисципліни.

**Основні завдання в межах мети дисципліни:** подати базові знання щодо сутності особистого бренду, його структури, ролі у професійній діяльності; сформувані розуміння комунікативних процесів в процесі управління персональним брендом; пояснити концепцію особистого бренду у системі управління успіхом та кар'єрою; навчити технології формування моделі ідентичності персонального бренду; навчити просувати персональний бренд через соціальні мережі; вміти застосувати отримані знання для практичного використання у конкретній сфері професійної діяльності для створення власного персонального бренду.

**Спеціальні компетентності і навички:** вміти оцінювати власні професійні компетенції та здібності й на основі них вибудовувати стратегію особистого бренду; навички публічних виступів та самопрезентації; емоційні навички інтелекту (EQ), комунікативні навички та технології для ведення успішних переговорів, виступів перед аудиторією у процесі просування власного бренду; навички просування в соціальних мережах, як основного інструменту взаємодії з цільовою аудиторією та просування персонального бренду.

#### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Концепція особистого бренду
2. Компоненти персонального бренду
3. Види особистих брендів у медіапросторі
4. Технології формування ділового іміджу
5. Самопрезентація як основа успішної кар'єри
6. Емоційний інтелект та особистий бренд
7. Ораторське мистецтво у просування персонального бренду
8. Харизма професіонала
9. Стратегія просування особистого бренду
10. Просування персонального бренду через соціальні мережі

Назва дисципліни	<i>Історії успіху відомих компаній, брендів і людей</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2/3
Семестр	Осінній/весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Модерної історії та зарубіжних країн
Інформаційне забезпечення	мережа Інтернет; фонди та електронні каталоги наукової бібліотеки ДВНЗ «УжНУ», репозитарій ДВНЗ «УжНУ» ( <a href="https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsru/">https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsru/</a> ), наукова бібліотека, читальні зали; віртуальне навчальне середовище Moodle ( <a href="https://elearn.uzhnu.edu.ua/">https://elearn.uzhnu.edu.ua/</a> ); <a href="https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/facultyfhistory_relati/specs">https://www.uzhnu.edu.ua/uk/cat/facultyfhistory_relati/specs</a>
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

У сучасному світі особлива увага й цікавість людей прикута до того, що нині називають історіями успіху. Метою навчальної дисципліни є ознайомлення студентів з історіями успіху відомих компаній, брендів і людей. Чимало компаній, брендів зародилися з простої ідеї, але з часом стали відомими та успішними по всьому світу. Історії успіху окремих людей засвідчують, що не тільки талант, але й наполегливість, старанність та віра в себе допомогли конкретним особам у досягненні мети. У результаті вивчення курсу студенти знатимуть історії успіху найвідоміших компаній та брендів з різних галузей – від високих технологій до моди, приклади їх лідерства на світових ринках, шляхи розвитку, в тому числі через адаптацію до змін на ринку та технологіях; а також дізнаються секрети успіху відомих людей та отримують потужні джерела натхнення та мотивації.

**Компетентності:** уміти організовувати взаємозв'язок своїх знань і впорядковувати їх, уміти працювати з інформацією та аналізувати її; організовувати взаємозв'язок минулих і дійсних подій; критично ставитися до того чи іншого аспекту розвитку нашого суспільства; займати позицію в дискусіях та формувати власні думки; уміти співпрацювати та працювати в групі; уміти використовувати нові технології інформації та комунікації; уміти знаходити нові рішення; уміти організовувати свою роботу, бути мотивованим та уміти знаходити нові рішення; уміти адаптуватись до нових умов, показувати стійкість перед труднощами.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Коротка історія брендингу: від Стародавнього Єгипту до сучасності.
2. Історія успіху компаній Coca-Cola та Pepsi.
3. Історія відомих спортивних брендів Adidas, Nike та Puma.
4. Історія успіху Коко Шанель та модного бренду Chanel. Історії успіхів будинків моди (Hermes, Louis Vuitton, Dior, Dolce&Gabbana).

5. Історія успіху Стіва Джобса та бренду Apple.
6. Історія успіху Джеффа Безоса та компанії Amazon.
7. Історія успіху Ілона Маска та компанії Tesla.
8. Історія успіху Білла Гейтса та корпорації Microsoft.
9. Найуспішніші українські компанії та бренди в історії країни.

### **ВК5 – вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу (ВК5)**

Назва дисципліни	<i>Основи фінансової грамотності (ВК5)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	навчальні посібники, підручники, сайт електронного навчання
Форма проведення занять	Лекційні та семінарські заняття
Форма семестрового контролю	залік

#### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**знати:** нормативні документи, що визначають державну політику в галузі економічної та фінансової освіти; основи функціонування та розвитку сучасних фінансових систем, принципи державного регулювання фінансової сфери, її значення в політичному і соціально-економічному житті; теоретико-методологічні засади впровадження фінансової грамотності.

**вміти:** реалізовувати теоретичні фінансові знання у практичній діяльності; планувати сімейний бюджет, грамотно управляти витратами; заощаджувати, накопичувати капітал, інвестувати; грамотно управляти власними ресурсами, створювати джерела пасивного доходу; правильно вибирати джерела фінансування, кредити; розумно користуватися банківськими послугами; проектувати подальшу власну фінансову безпеку.

#### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Змістовий модуль 1. Власні фінанси, валютні операції та фінансова безпека

Тема 1. Сутнісна характеристика фінансів та підхід до грошей

Тема 2. Планування та облік особистих фінансів

Тема 3. Фінансова безпека

Тема 4. Іноземна та крипто валюти і операції з ними

Змістовий модуль 2. Взаємодія з фінансовими установами: банки, податкова, страхові та інвестиційні компанії

Тема 5. Операції банків та взаємодія з ними

Тема 6. Податки та взаємодія з податковою інспекцією

Тема 7. Інвестиції та взаємодія з інвестиційними установами

## Тема 8. Страхування та пенсійне забезпечення

Назва дисципліни	<b>Основи реклами (BK5)</b>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи реклами» є вивчення тем, що не входять до основного лекційного курсу, але необхідні для всебічного та глибокого опанування дисципліни, оволодіння знаннями теоретичних та практичних основ рекламної діяльності, навичками створення рекламного продукту, планування, здійснення й оцінювання ефективності рекламної кампанії; вивчення теорії і практики сучасної рекламної діяльності в Україні та за кордоном; усвідомлення сутності й особливостей основних типів рекламної діяльності, рекламної кампанії, рекламної стратегії; аналізу особливостей і перспектив застосування основних і допоміжних засобів реклами. Основне завдання – сформувати у студентів необхідні знання про рекламу, дати змогу набути практичних навичок з планування, здійснення та оцінювання ефективності рекламної діяльності. Завдання включають: з'ясування місця дисципліни «Основи реклами» у навчальному процесі, розкриття її основної мети та основних категорій; розкриття сутності реклами і рекламної діяльності, а також особливостей рекламної комунікації; розкриття функції реклами як соціального інституту; ознайомлення з основними та допоміжними засобами реклами; розкриття змісту рекламної діяльності, вивчення основних типів рекламної діяльності; дослідження ролі відділу реклами, агентства з реклами та засобів масової інформації у рекламній діяльності; вивчення основних принципів виробництва реклами, створення рекламних повідомлень, планування і проведення рекламної кампанії, розробки рекламної стратегії; вивчення основних правових та етичних принципів реклами, їх відображення у вітчизняному і міжнародному законодавстві, яке регулює рекламу і рекламну діяльність; ознайомлення з*

основними прийомами дослідження реклами і оцінювання ефективності рекламної діяльності.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

- Тема 1. Реклама в системі маркетингу у сучасних умовах господарювання.
- Тема 2. Основи розробки рекламного звернення.
- Тема 3. Сучасні рекламні дослідження в ринкових умовах господарювання.
- Тема 4. Планування рекламної діяльності в світі.
- Тема 5. Організація рекламної діяльності як механізму стимулювання збуту.
- Тема 6. Контроль та ефективність рекламної діяльності.
- Тема 7. Регулювання рекламної діяльності в Україні та закордоном.
- Тема 8. Психологічні аспекти реклами.
- Тема 9. Рекламний процес та його учасники.
- Тема 10. Методи оцінки ефективності реклами.
- Тема 11. Стимулювання збуту: визначення, типологія та особливості.
- Тема 12. Методи стимулювання збуту.

Назва дисципліни	<i>Рекламний менеджмент (BK5)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	робоча програма, кейси.
Форма проведення занять	лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**Метою вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» є** формування когнітивних, афективних та моторних компетентностей у сфері рекламного менеджменту: здобування знань з теорії реклами; формування теоретичних знань і практичних навичок в організації та проведення рекламних кампаній на підприємстві; формування знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами, а також набуття навичок застосування цих компетентностей у професійній діяльності.

*Предметом дисципліни є* управління рекламною діяльністю підприємства.

**Спеціальні професійні компетенції:** навички аналізу результатів останніх теоретичних досліджень у сфері рекламної діяльності та можливостей їх застосування на практиці; уміння творчого підходу до розробки рекламної стратегії та просування компанії; здатність розробляти та формувати ефективні канали розповсюдження реклами для бізнесу; навички розробки рекламних оголошень в тому числі в соціальних мережах; навички налаштування таргетованої реклами в соціальних мережах; психологічні навички взаємодії з цільовою аудиторією.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

1. Сутність рекламного менеджменту
2. Основні класифікаційні ознаки реклами
3. Механізм дії реклами
4. Психологічні основи рекламного менеджменту
5. Ринок реклами в сучасних умовах
6. Дослідження конкурентів та ринку
7. Рекламні оголошення та програмне забезпечення їх розробки
8. Особливості рекламного менеджменту в соціальних мережах
9. Стратегія рекламної діяльності та планування рекламних кампаній
10. Суть та налаштування таргетованої реклами в соціальних мережах
11. Контроль ефективності рекламної діяльності бізнесу

### Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 6)

Назва дисципліни	<i>Психологія управління (ВК 6)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК4 Філософія ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК17 Теорія організації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Мета:* поглиблення знань стосовно природи управлінських процесів.

*Завдання:* формування у студентів необхідних знань та практичних навичок щодо раціоналізації управлінської діяльності на основі використання психологічних механізмів, закономірностей, прийомів, а також формування і розвиток особистих та ділових якостей.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

*знати:* мету вивчення, зміст дисципліни; основні поняття психології управління як спеціальної галузі психологічної науки; сучасні підходи, що використовуються у цій системі знань; психологічний контекст управлінських відносин та психологічні закономірності управлінського процесу; соціально-психологічні механізми та методи управлінського впливу; особливості як суб'єкта управління; психологічні аспекти, інструментарій управління трудовим колективом; особливості ділового спілкування; методи проведення соціально-психологічних досліджень в управлінні соціально-економічними системами.

*вміти:* застосовувати психологічні знання в управлінській діяльності; визначати закономірності управління; застосовувати методи саморозвитку особистості керівника; використовувати методи дослідження соціально-психологічних тенденцій в організації; застосовувати методи аналізу соціально-психологічних передумов результативності управлінського процесу; застосовувати соціально-психологічні методи управління, а також методи та прийоми психогігієни в управлінні.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

ТЕМА 1. Психологія управління як галузь психологічного знання

ТЕМА 2. Методологія та методи психології управління

ТЕМА 3. Особистість як соціально-психологічний феномен управління

ТЕМА 4. Психологічний зміст функцій управління

ТЕМА 5. Психологія особистості керівника

ТЕМА 6. Типи керівника та психологія впливу його на підлеглих

ТЕМА 7. Психологія стресу у діяльності керівника

ТЕМА 8. Психологія ділового спілкування в системі управління персоналом

ТЕМА 9. Психологія управління групами та трудовим колективом

ТЕМА 10. Психологія конфліктів в управлінні та шляхи їх розв'язання

Назва дисципліни	<b>Організаційна культура (ВК6)</b>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекційні та семінарські заняття
Форма семестрового контролю*	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Студенти повинні:

знати: базові поняття курсу організаційна культура; основні теоретичні концепції організаційної культури; фактори і умови, що визначають організаційну культуру; зміст і показники аналізу організаційної культури; принципи і методи формування і підтримання організаційної культури; методи зміни культури організації; типологію організаційної культури.

вміти: аналізувати існуючу на підприємстві організаційну культуру; використовувати отриману інформацію для підвищення соціально-економічної ефективності функціонування підприємства; формулювати і вирішувати управлінські задачі у сфері формування і розвитку організаційної культури; визначати основні тенденції і особливості розвитку національного у організаційній культурі; використовувати вітчизняний і зарубіжний досвід організаційного проектування при формуванні організаційної культури на підприємстві.

мати компетентності: здатність застосовувати знання з теорії організаційної культури у професійній діяльності в сучасних організаціях; вміння використовувати у професійній діяльності досягнення наукових концепцій організаційної культури; володіння прийомами і методами формування та розвитку організаційної культури як ключового фактору конкурентоспроможності організацій; володіння інструментами оцінки організаційної культури; організувати процес зміни організаційної культури як необхідної умови адаптації організації до зовнішнього середовища і стратегії розвитку; здатність здійснювати ефективні міжособистісні комунікації; уміння адаптуватися до міжнародного бізнес-середовища.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

ТЕМА 1. Сутність організаційної культури.

ТЕМА 2. Основні елементи організаційної культури.

ТЕМА 3. Принципи і методи формування і підтримки організаційної культури.

ТЕМА 4. Методи зміни організаційної культури.

ТЕМА 5. Вплив організаційної культури на організаційну ефективність.

ТЕМА 6. Чинники, що впливають на особливості організаційної культури.

ТЕМА 7. Поняття і види субкультури. Сильна і слабка субкультура.

ТЕМА 8. Типологія організаційних культур, характеристика основних типів.

ТЕМА 9. Зміст і показники аналізу організаційної культури.

**ВК2 – вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу**

Назва дисципліни	<i><b>Етика ділових відносин (ВК2)</b></i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2/3/4
Семестр	осінній/весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	Лекційні та семінарські заняття
Форма семестрового контролю*	Залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Метою викладання дисципліни «Етика ділових відносин» є розвиток у студентів комплексних знань у сфері менеджменту комунікацій, професійного спілкування та вміння ефективно організувати наради,

співбесіди, ділові зустрічі й переговори, а також мати достатню кваліфікацію для проектування та розробки нових засобів і методів комунікації на підприємстві.

**Завдання вивчення навчальної дисципліни** є: оволодіння методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності; вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту; оволодіння методами організації проведення комунікаційних досліджень; дослідження механізмів реалізації комунікативної політики організації.

Інтегровані вимоги до знань та умінь з навчальної дисципліни

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен **знати**:

- знати місце етики у діловому спілкуванні та у бізнесу, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві;
- специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової етики у діловому спілкуванні;
- якими є механізми впливу таких комунікативних технологій ділового спілкування як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика;
- основні засади та принципи ділового спілкування;
- основні методи, технології етики ділового спілкування;
- концептуальні основи і стратегії етики ділового спілкування;
- обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування;
- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;
- соціальну природу поняття «етики ділового спілкування», його мету та зміст;
- канали, засоби, моделі комунікацій;
- особливості використання інформації в менеджменті;
- основні елементи забезпечення ефективних комунікацій;
- методи вирішення комунікаційних конфліктів;
- особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації);
- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

#### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Спілкування як частина культури управління.

Тема 2. Види ділового спілкування.

Тема 3. Конфліктні правила вирішення конфлікту.

Тема 4. Діловий етикет.

Тема 5. Гуманістична спрямованість етики спілкування та її значення.

Тема 6. Комунікативна позиція. Способи впливу на особистість у спілкуванні.

Тема 7. Поняття комунікативної рівноваги. Бар'єри у спілкуванні, чинники їх виникнення.

Тема 8. Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.

Тема 9. Характеристика вербальних і невербальних засобів спілкування.

Тема 10. Невербальні засоби спілкування. Особливості їх використання у діловому спілкуванні.

Тема 11. Форми ділового спілкування.

Тема 12. Ділове спілкування народів світу.

Тема 13. Психологія педагогічного спілкування як різновиду ділової та професійної взаємодії.

Тема 14. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.

Назва дисципліни	<b><i>Практика спілкування (англійською, іспанською, німецькою або словацькою мовами) (BK2)</i></b>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	2/3/4
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити (120 год.)
Мова викладання	Англійська, іспанська, німецька або словацька
Передумови для вивчення дисципліни	Рівень володіння іноземною мовою – А1- В2 (згідно з Національною програмою іноземної мови професійного спілкування для вищих навчальних закладів та Європейськими рекомендаціями в галузі мовної освіти).

	Опанування навчальних дисциплін (НД) освітньої програми підготовки здобувачів освітнього ступеня бакалавр попередніх курсів навчання
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Полікультурної освіти та перекладу
Інформаційне забезпечення	Інструменти Google for Education. Google Class підтримка 24/7. Аутентичні підручники іноземною мовою закордонних видавництв та сучасні поточні публікації
Форма проведення занять	Практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

- Активне володіння іноземною мовою;
- Розвиток навичок виразного та чіткого усного висловлювання;
- Вміння активно приймати участь у групових обговореннях, дебатах та обґрунтовувати свою точку зору.
- Розуміння та використання мовної культури, ввічливості та етикету при спілкуванні в різних ситуаціях.
- Розвиток навичок слухання та вміння адекватно реагувати на інші точки зору під час спілкування.
- Готовність та впевненість у власних навичках використання іноземної мови в різних сферах життя.
- Розвиток умінь адаптувати стиль спілкування до конкретної ситуації (формально-неформальне спілкування, публічні виступи, ділові зустрічі).
- Здатність адаптуватися до різних ситуацій та бути впевненим у власних здібностях усного спілкування іноземною мовою.

**Короткий зміст дисципліни (перелік тем):**

1. Обговорення актуальних подій та новин суспільно-політичного характеру.
2. Тренування навичок переконливого висловлення.
3. Публічні виступи: Підготовка коротких промов. Стратегії ефективних відповідей на запитання аудиторії.
4. Обговорення академічних тем та проектів.
5. Спілкування у віртуальному середовищі;
6. Розвиток навичок активного слухання.
7. Співбесіди та відповіді на стандартні питання, що стосуються освіти, кар'єри та особистого життя.
8. Самопредставлення та розбудова професійних зв'язків.
9. Мовна культура та етикет під час спілкування.
10. Ефективний зворотній зв'язок і конструктивна критика

**Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу (ВК 7)**

Назва дисципліни	<i>Ораторське мистецтво (ВК7)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Промо курсу: <a href="https://youtu.be/SdpDuECR6z8">https://youtu.be/SdpDuECR6z8</a>
Форма проведення занять	лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

**Мета навчальної дисципліни** – формування риторичних знань та харизми, вдосконалення комунікаційних та лідерських навичок на основі теоретичних засад ораторського мистецтва та їх практичного використання в професійній діяльності.

**Знати:** теорію ораторського мистецтва; види виступів; технології взаємодії оратора і цільової аудиторії; бар'єри публічного виступу; структуру та алгоритм підготовки до виступу; особливості роботи над кожним зі структурних розділів промови; психологічні методи роботи з аудиторією; технології активізації та утримання уваги аудиторії; культуру публічної мови; засоби невербальних методів впливу на цільову аудиторію.

**Уміти:** визначати та розрізняти цілі публічного виступу; формувати композицію виступу; розробляти стратегію промови та впливу на аудиторію; використовувати різні технології активізації уваги аудиторії під час виступу; застосовувати методи мовленнєвого впливу у виступі; формувати структуру виступу відповідно до професійної сфери; аналізувати успішність власного виступу за відповідними критеріями; моделювати комунікації з різними людьми під час і після виступу; вміти само презентувати себе та свої професійні навички.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Ораторська майстерність як основа успішної кар'єри

Тема 2. Цілі виступу та цільова аудиторія оратора

Тема 3. Подолання страху перед аудиторією

Тема 4. Техніка ораторського мистецтва: сила голосу та емоції

Тема 5. Техніка ораторського мистецтва: жести, пози, міміка

Тема 6. Аргументація, кульмінація та акценти в публічному виступі

Тема 7. Вплив харизми, іміджу та етики спілкування на успіх оратора

Тема 8. Форми виступів: онлайн та офлайн

Тема 9. Зміст та структура публічного виступу

Тема 10. Самопрезентація у професійній діяльності

Тема 11. Психологічні «фішки» під час виступу

Назва дисципліни	<b>Комунікативний менеджмент (BK7)</b>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекційні та семінарські заняття
Форма семестрового контролю*	залік

**Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Знати: знати місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка комунікативного менеджменту в сучасному інформаційному суспільстві; специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової комунікативного менеджменту; в чому специфіка комунікативних технологій в межах комунікативного менеджменту; якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика; основні засади та принципи комунікативного менеджменту; основні методи, технології комунікативного менеджменту; концептуальні основи і стратегії комунікативного менеджменту; обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування; порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві; соціальну природу поняття "комунікативний менеджмент", його мету та зміст; канали, засоби, моделі комунікацій; особливості використання інформації в менеджменті; основні елементи забезпечення ефективних комунікацій; методи вирішення комунікаційних конфліктів; особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації); перспективи комунікативного менеджменту в інформаційному суспільстві.

Вміти: приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження; розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері комунікативного менеджменту; орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасного комунікативного менеджменту і вміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні; аналізувати процеси, що відбуваються у комунікативному просторі; застосовувати соціологічні методи до вивчення символічної, візуальної, подієвої, міфологічної форм комунікативного менеджменту комунікативного простору; планувати роботу у сфері комунікативного менеджменту; оцінювати ефекти застосування форм комунікативного менеджменту; виявляти причини відхилення від плану, недоліків в роботі та виявленні невикористаних резервів в сфері організаційних комунікацій; самостійно розробляти моделі ефективних комунікацій на підприємстві; аналізувати ефективність автоматизованого робочого місця керівника підприємства та різних категорій спеціалістів; проводити функціональний аналіз та контролінг діяльності ділового середовища організації; самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство; розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

**Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Комунікативний менеджмент: основні положення і базові характеристики.

Тема 2. Стратегія комунікативного менеджменту.

Тема 3. Технології і інструменти комунікативного менеджменту.

Тема 4. Ділова комунікація як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.

Тема 5. Форми ділового спілкування в комунікативному менеджменті.

Тема 6. Типологія ділових комунікацій.

Тема 7. Основні проблеми комунікацій в організації.

Тема 8. Ефективні ділові комунікації.

Тема 9. Ділове спілкування народів світу.

Тема 10. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання. Конфліктні правила вирішення конфлікту.

Тема 11. Характеристика вербальних і невербальних засобів спілкування.

Тема 12. Невербальні засоби спілкування. Особливості їх використання у діловому спілкуванні.

Назва дисципліни	<i>Сучасні бізнес-комунікації (БК 7)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)

Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

Програмні результати навчання:

*знати:* специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової бізнес-комунікацій; основні засади та принципи бізнес-комунікацій; основні методи, технології бізнес-комунікацій; концептуальні основи і стратегії бізнес-комунікацій; обов'язкові елементи та фази бізнес-комунікацій; порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві; основні елементи забезпечення ефективних комунікацій; методи вирішення комунікаційних конфліктів; особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації); перспективи бізнес-комунікацій в інформаційному суспільстві;

*вміти:* приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження; розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері бізнес-комунікацій; орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасних бізнес-комунікацій і уміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні; оцінювати ефекти застосування форм бізнес-комунікацій; самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство;

*розуміти:* місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка бізнес-комунікацій в сучасному інформаційному суспільстві; якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика.

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Поняття комунікації: цілі, функції, етапи

Тема 2. Ділова комунікація

Тема 3. Вербальні засоби ділової комунікації

Тема 4. Невербальні засоби ділової комунікацій

Тема 5. Комунікативні бар'єри

Тема 6. Маніпуляції в комунікаціях

Тема 7. Організація і проведення нарад і зборів

Тема 8. Ділова бесіда та організація ділових переговорів

Тема 9. Спілкування електронною поштою

Тема 10. Новітні інформаційні технології у міжнародній комунікації

Тема 11. Етика ділових комунікацій

**Вибіркова дисципліна з кафедрального каталогу (ВК 8)**

Назва дисципліни	<i>Управління людським капіталом (ВК 8)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає

Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Метою* даного курсу є формування професійних знань та компетентностей необхідних для системного та комплексного управління людським капіталом для підвищення економічної ефективності функціонування суб'єктів економіки всіх рівнів.

*Завданням* вивчення дисципліни «Управління людським капіталом» є формування теоретичних знань щодо теорій, концепцій, моделей, принципів управління людським капіталом та практичне їх застосування в професійній діяльності; теоретична підготовка студентів із питань:

- сутності основних понять і категорій управління;
- системи методів управління людським капіталом;
- концепцій людського капіталу;
- концепцій людського розвитку. Індексу людського розвитку;
- мотивації економічної активності населення;
- управління людським капіталом на різних стадіях розвитку підприємства;
- оцінювання ефективності управління людським капіталом.

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Теорія людського капіталу.

Тема 2. Людський капітал в системі чинників соціально-економічного розвитку.

Тема 3. Людський капітал як чинник факторного розподілу доходів та політики перерозподілу.

Тема 4. Управління людським капіталом: роль держави

Тема 5. Управління людським капіталом на рівні підприємства

Тема 6. Стратегічна роль кадрової служби в управлінні людським капіталом

Тема 7. Процес стратегічного управління людським капіталом.

Тема 8. Аналіз управління людським капіталом на рівні підприємства.

Тема 9. Організаційні стратегії управління людським капіталом.

Тема 10. Функціональні стратегії управління людським капіталом

Тема 11. Управління людським капіталом на різних стадіях розвитку підприємства.

Тема 12. Оцінювання ефективності управління людським капіталом.

Назва дисципліни	<i>Соціальний менеджмент (BK 8)</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)

Курс (рік) навчання	2
Семестр	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

### **Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):**

*Мета* та завдання вивчення дисципліни: отримання знань про особливості застосування методів обґрунтування управлінських рішень що стосуються формування та ефективного використання соціального капіталу підприємств. Аналіз методів визначення вартості складових капіталу. Вивчення особливостей та принципів оптимізації капіталу підприємств та розгляд показників, що дозволяють зробити висновки про ефективність його використання в сучасних умовах господарювання.

Внаслідок освоєння дисципліни «Соціальний менеджмент» студент має демонструвати такі результати освіти:

*знати:*

основні поняття та категоріальний апарат соціального менеджменту як форми соціального управління;

соціальну організацію підприємства;

соціальні функції трудового колективу підприємства;

організаційно-методичні засади соціального менеджменту;

основи соціального планування, соціального контролю для підприємства;

інноваційні підходи до управління соціальними процесами для підприємства.

*вміти:* аналізувати підприємство як соціально-економічний феномен, його соціальну структуру та соціальний потенціал трудового колективу підприємства.

*володіти:* соціологічним мисленням під час аналізу управлінських процесів; здатністю використання фундаментальних соціологічних знань у практиці управління

### **Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):**

Тема 1. Соціальний менеджмент у системі соціального управління

Тема 2. Історія теорії та практики соціального менеджменту за кордоном

Тема 3. Особливості розвитку ідей соціального менеджменту в Україні

- Тема 4. Соціальна політика, як зміст соціального менеджменту. Пріоритети сучасної соціальної політики України
- Тема 5. Характеристика суб'єктів соціальної політики
- Тема 6. Соціальні проблеми демографії, народонаселення та міграції. Управління соціальним здоров'ям населення
- Тема 7. Управління процесами російського ринку праці: зайнятість та безробіття
- Тема 8. Соціальний захист та соціальна робота в системі управління соціальною сферою суспільства
- Тема 9. Система соціального страхування. Пенсійне забезпечення громадян
- Тема 10. Соціально-трудова сфера організації як об'єкт соціального менеджменту підприємства
- Тема 11. Соціальна політика та соціальна відповідальність підприємства
- Тема 12.. Місія, соціальна політика та стратегія підприємства
- Тема 13. Концепція якості трудового життя
- Тема 14. Ідеологія, правові основи та практика соціального партнерства на підприємствах
- Тема 15. Соціальне планування та корпоративна соціальна політика на підприємстві
- Тема 16. Технології та практика зовнішньої соціальної політики підприємства
- Тема 17. Соціальний контроль та соціальна звітність підприємства
- Тема 18. Управління соціальними конфліктами для підприємства