ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

ЗАТВЕРДЖЕНО
методичною комісією
27 квітня 2026 р. (протокол № 9, п. 3)

Голова методичної комісії
_____ Олена ЗОЛОТУХІНА

КАТАЛОГ
вибіркових освітніх компонентів
освітньо-професійних програм
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на 2026/2027 н. р.

Харків, 2026

ЗМІСТ

Візуалізація даних	3
Кроскультурні комунікації	4
Маркетингова культура підприємницької діяльності	6
Основи дизайну	8
Основи оцінювання бізнесу	9
Основи проєктного аналізу	11
Основи протидії цифровому шахрайству	13
Офіс-менеджмент	15
Техніки продажів	17

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	1-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	Торговельний менеджмент (група МБ-23) Готельно-ресторанна справа (група ГРБ-23) Ресторанні технології (група ТХБ-23)
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – поняття, основні принципи та етапи візуалізації даних; – методи візуалізації даних, інформації, знань; – сучасні інструменти візуалізації, їх особливості та галузі застосування; – можливі застосування доповненої реальності та QR-кодів. *вміти:* – підбирати програмне забезпечення відповідно до задач візуалізації; – виконувати розробку проєктів інфографіки та використовувати онлайн-сервіси для їх створення; – виконувати візуалізацію кількісної (числової) інформації та її аналіз; – виконувати візуалізацію текстової інформації; – виконувати розробку проєктів часових ліній (Timeline); – виконувати розробку сценаріїв мультимедійних презентацій; – використовувати додатки доповненої реальності; – створювати статичні та динамічні QR-коди.

КРОСКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	1-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	–
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Економіки, управління та адміністрування
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – сутність, принципи та особливості кроскультурних комунікацій; – вплив культурних цінностей, норм і традицій на поведінку людей у процесі спілкування; – особливості вербальної та невербальної комунікації представників різних культур; – основні культурні бар'єри та причини виникнення міжкультурних непорозумінь; – принципи міжкультурної ділової комунікації та міжнародного бізнес-етикету; – особливості взаємодії в мультикультурних командах; – національні моделі ділової культури та специфіку професійного спілкування в різних країнах світу; – особливості ведення переговорів у кроскультурному середовищі; – сучасні цифрові інструменти міжнародної комунікації *вміти:* – ефективно взаємодіяти з представниками різних культур у

	професійному середовищі; – враховувати культурні особливості під час ділового спілкування; – використовувати вербальні та невербальні засоби комунікації відповідно до культурного контексту; – виявляти та долати міжкультурні бар'єри у процесі комунікації; – здійснювати професійне спілкування з іноземними партнерами та клієнтами; – працювати в міжнародних та мультикультурних командах; – застосовувати принципи міжкультурного етикету під час ділових контактів; – брати участь у переговорах та вирішувати конфлікти з урахуванням культурних особливостей співрозмовників; – використовувати сучасні цифрові платформи для міжнародної комунікації та співпраці; – адаптувати власну комунікаційну поведінку до умов міжнародного та мультикультурного середовища.

МАРКЕТИНГОВА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	1-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	Торговельний менеджмент (групи МБ-24, МБС-25) Готельно-ресторанна справа (група ГРБ-24) Ресторанні технології (групи ТХБ-24, ТХБС-25)
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Економіки, управління та адміністрування
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – сутність основних понять культури, організаційної, корпоративної, підприємницької, бізнес- та маркетингової культури; – роль маркетингової культури в підприємницькій діяльності, професійній комунікації та взаємодії з учасниками ринкового середовища; – принципи, форми, типи та рівні маркетингової культури підприємства; – основні елементи маркетингової культури та підходи до її формування; – етичні засади маркетингу, бізнес-комунікацій і підприємницької поведінки; – міжнародні й національні принципи, кодекси та стандарти корпоративної поведінки; – особливості маркетингових і бізнес-комунікацій, кроскультурної взаємодії та запобігання конфліктам; – підходи до оцінювання маркетингової культури, ділової репутації, іміджу та бізнес-дизайну підприємства.

	вміти: – застосовувати елементи маркетингової культури в професійній, підприємницькій та комунікаційній діяльності; – аналізувати потреби, очікування й поведінку споживачів, клієнтів, партнерів та інших учасників ринкового середовища; – будувати етичну, відповідальну та результативну ділову комунікацію; – налагоджувати взаємовигідні й доброчесні відносини з контрагентами, партнерами, клієнтами та колегами; – використовувати норми професійної етики, корпоративної поведінки та соціальної відповідальності у практичних ситуаціях; – застосовувати прийоми запобігання, аналізу та подолання конфліктних ситуацій у професійній взаємодії; – оцінювати вплив маркетингової культури на ділову репутацію, імідж і довіру до підприємства, продукту, послуги або фахівця; – використовувати маркетингові інструменти для формування позитивного іміджу, фірмового стилю та ефективної презентації професійних ідей, товарів, послуг або проєктів.

ОСНОВИ ДИЗАЙНУ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	1-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	Торговельний менеджмент (група МБ-24) Ресторанні технології (група ТХБ-24) Готельно-ресторанна справа (група ГРБ-24)
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – основні віхи розвитку і становлення дизайну; – основні стилі та напрямки, сучасні тенденції у дизайні; – основні закономірності побудови форм у дизайні; – основні композиційні принципи роботи із зображеннями в дизайні; – основні властивостей кольорів та їх комбінування в дизайні. *вміти:* – знаходити взаємозв’язки та співвідношення елементів дизайну; – вільно оперувати візуальною мовою дизайну; – аналізувати і критично оцінювати продукти дизайну; – використовувати сучасні інформаційні технології у дизайні; – демонструвати естетичний смак у сприйнятті творів дизайну.

ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ БІЗНЕСУ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	2-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	–
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Економіки, управління та адміністрування
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – сутність бізнесу та майна як об'єктів оцінювання; – поняття вартості, її основні види, мету й завдання вартісної оцінки бізнесу та майна; – принципи оцінювання бізнесу та окремих видів майна; – нормативні засади оціночної діяльності та вимоги до інформації, що використовується в процесі оцінювання; – сутність дохідного, витратного та порівняльного підходів до оцінювання; – особливості оцінювання основних видів майна бізнесу; – методичні підходи до визначення вартості бізнесу як цілісного об'єкта оцінювання. *вміти:* – визначати мету, об'єкт, вид вартості та інформаційну базу оцінювання бізнесу або окремих видів майна; – аналізувати чинники, що впливають на вартість бізнесу та майна; – обирати доцільний підхід до оцінювання залежно від об'єкта, мети оцінки та наявної інформації;

	– застосовувати базові елементи дохідного, витратного та порівняльного підходів до оцінювання; – характеризувати особливості оцінювання окремих видів майна; – використовувати ринкову, фінансову, майнову та іншу інформацію для попереднього обґрунтування вартості об’єкта оцінювання; – порівнювати результати оцінювання, отримані різними методичними підходами; – обґрунтовувати вартісні рішення щодо бізнесу та окремих видів майна.

ОСНОВИ ПРОЄКТНОГО АНАЛІЗУ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	3-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	–
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Економіки, управління та адміністрування
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – сутність, принципи та призначення проєктного аналізу в обґрунтуванні проєктних рішень; – поняття проєкту, його ознаки, класифікацію, життєвий цикл, фази та стадії реалізації; – склад учасників проєкту, їхні ролі, відповідальність, а також особливості зовнішнього і внутрішнього середовища проєкту; – підходи до визначення вигід, витрат, альтернативної вартості та цінності проєкту; – основи оцінювання вартості грошей у часі, формування та аналізу грошових потоків проєкту; – зміст і призначення маркетингового, технологічного, інституційного, екологічного, соціального, фінансового та економічного аналізу проєкту; – основні критерії оцінювання доцільності, ефективності, ризиків і наслідків реалізації проєкту; – підходи до порівняння альтернативних проєктних рішень і вибору оптимального варіанта реалізації проєкту.

	вміти: – визначати сутність, мету, завдання, учасників і основні характеристики проєкту; – аналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище проєкту, визначати чинники, що впливають на його реалізацію; – визначати вигоди, витрати, можливі ризики та наслідки реалізації проєкту; – застосовувати базові підходи до оцінювання вартості грошей у часі та формування грошових потоків проєкту; – проводити попереднє оцінювання маркетингової, технологічної, інституційної, екологічної, соціальної, фінансової та економічної складових проєкту; – порівнювати альтернативні варіанти проєктних рішень за визначеними критеріями; – обґрунтовувати доцільність реалізації проєкту з урахуванням його очікуваних результатів, ресурсів, обмежень і можливих наслідків; – використовувати результати проєктного аналізу для підготовки пропозицій і прийняття обґрунтованих рішень у професійній діяльності.

ОСНОВИ ПРОТИДІЇ ЦИФРОВОМУ ШАХРАЙСТВУ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	1-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	Торговельний менеджмент (групи МБ-23, МБСС-25) Готельно-ресторанна справа (група ГРБ-23) Ресторанні технології (група ТХБ-23)
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – основні положення законодавчої база в сфері захисту інформації в комп'ютерних системах; – принципи побудови, дії та захисту від комп'ютерних вірусів та основи вірусології; – методи, етапи способи та засоби здійснення кібернетичних атак на комп'ютерні системи, методи, засоби і технології протидії їм; – проблеми захисту даних та правила захисту персональних даних в цифровому середовищі; – засоби протидії злочинності та основні сучасні інструменти протидії цифровому шахрайству, правіла кібергігієни; *вміти:* – застосовувати положення законодавчої база в сфері захисту інформації в комп'ютерних системах та мережах; – виявляти і протидіяти комп'ютерним вірусам; – оцінювати уразливість, виявляти ознаки підготовки та здійснення кібернетичних атак, впроваджувати

	заходи і засоби протидії кібернетичним загрозам та цифровому шахрайству; – захищати персональні дані в цифровому середовищі; – застосовувати знання з кібербезпеки в практичній діяльності застосовувати правила кібергігієни в інформаційному просторі.

ОФІС-МЕНЕДЖМЕНТ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	1-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	Торговельний менеджмент (групи МБ-23, МБСС-25) Готельно-ресторанна справа (група ГРБ-23) Ресторанні технології (група ТХБ-23)
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Економіки, управління та адміністрування
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – сутність офіс-менеджменту, види офісів та особливості організації сучасного офісного простору; – принципи раціональної організації офісної діяльності, робочого місця та умов праці; – функції, завдання та основні напрями діяльності офіс-менеджера; – основи ділової, телефонної, електронної та міжнародної комунікації в офісному середовищі; – загальні вимоги до роботи з управлінською інформацією, документами та електронним документообігом; – сучасні офісні ресурси, технології та цифрові інструменти організації роботи; – основи управління персоналом офісу, корпоративної культури, професійної етики та запобігання конфліктам; – вимоги безпеки, ергономіки та охорони праці в офісному середовищі. *вміти:* – визначати типи сучасних офісів та особливості організації офісного

	простору; – організовувати повсякденну офісну діяльність, робоче місце та основні робочі процеси; – застосовувати принципи самоорганізації, планування робочого часу та раціонального розподілу завдань; – використовувати сучасні офісні ресурси, цифрові інструменти та інформаційні технології в професійній діяльності; – працювати з управлінською інформацією, документами, довідковими матеріалами та системами електронного документообігу; – застосовувати комунікаційні технології, правила ділового спілкування, телефонної та електронної комунікації; – організовувати наради, переговори, презентації та інші форми професійної взаємодії; – використовувати навички безконфліктної комунікації та обирати доцільні стилі поведінки в конфліктних ситуаціях; – брати участь в організації роботи персоналу офісу, підтриманні корпоративної культури та професійної етики; – дотримуватися вимог безпеки, ергономіки та охорони праці в офісному середовищі.

ТЕХНІКИ ПРОДАЖІВ

Освітньо-професійна програма, за якою рекомендовано вивчення освітнього компонента	Усі освітньо-професійні програми
Курс, з якого рекомендовано вивчення освітнього компонента	2-й
Освітньо-професійна програма, за якою вибір освітнього компонента є неможливим	Торговельний менеджмент (групи МБ-23, МБСС-25) Готельно-ресторанна справа (група ГРБ-23) Ресторанні технології (група ТХБ-23)
Циклова комісія, яка забезпечує викладання	Економіки, управління та адміністрування
Мова викладання	Українська
Обсяг дисципліни	5 кредитів ECTS
Форма контролю	Залік
Результати навчання	У результаті вивчення дисципліни здобувач/здобувачка освіти буде *знати:* – сутність, цілі, завдання та основні поняття технік продажів; – етапи, види та особливості організації процесу продажу; – основи маркетингових досліджень, аналізу ринку, споживачів і конкурентного середовища; – підходи до визначення потреб споживачів і формування ефективної комунікації з клієнтами та партнерами; – основи товарної політики, позиціювання товарів, послуг або пропозицій та вибору каналів їх реалізації; – моделі продажів, їхні особливості та умови застосування; – основні техніки продажів, презентації пропозицій, переконання та роботи із запереченнями; – сутність маніпулятивних прийомів у продажах і переговорах, способи їх розпізнавання та етичні межі професійної комунікації. *вміти:* – аналізувати потреби, мотиви поведінки споживачів та основні чинники, що

	впливають на прийняття ними рішень; – здійснювати загальну оцінку ринку, попиту, конкурентного середовища та цільової аудиторії; – визначати переваги товару, послуги, ідеї або пропозиції та презентувати їх з урахуванням потреб клієнта; – обирати й застосовувати доцільні техніки продажів у різних професійних ситуаціях; – встановлювати контакт із клієнтами, партнерами та іншими учасниками професійної взаємодії; – формулювати переконливі аргументи, ставити запитання, активно слухати та працювати із запереченнями; – конструктивно реагувати на скарги, невдоволення та складні комунікативні ситуації; – розпізнавати маніпулятивні прийоми в продажах і переговорах та дотримуватися етичних норм професійної комунікації; – використовувати базові методи якісного й кількісного аналізу для обґрунтування рішень у сфері продажів і професійної взаємодії.