

Анотація вибіркової освітньої компоненти

	<p>ВИБІРКОВА ОСВІТНЯ КОМПОНЕНТА</p> <p>ЛОГІКА ТА ЕТИКА ПРОФЕСІЙНИХ СУДЖЕНЬ У МАРКЕТИНГУ</p>
--	--

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Форма навчання	Денна / Заочна
Обсяг годин / кредитів	150 год / 5 кредитів ЄКТС
Форма контролю	Диференційований залік
Мова викладання	Українська
Кафедра, яка забезпечує викладання	Кафедра менеджменту і маркетингу
Викладач	Професор кафедри менеджменту і маркетингу, доктор економічних наук, професор Дружиніна Вікторія Валеріївна (http://bamt.kdu.edu.ua/druzhynina-viktoriya-valeriyivna/)

Мета викладання освітньої компоненти	формування системи знань з порівняльного історико-психологічного аналізу розвитку логіки та етики на основі вивчення моральних стандартів досвіду різних країн; формування вміння орієнтуватись у сфері економічних відносин з метою використання практичних принципів логіки для вирішення сучасних маркетингових проблем, а також є формування у здобувачів розуміння системи цінностей, поглядів, норм поведінки ділових людей, засвоєння здобувачами основних теоретичних положень та вироблення необхідних практичних навичок, що дозволяють сформувати логічні рішення та підвищити її ефективність в маркетинговій діяльності.
Основні завдання вивчення освітньої компоненти	Ознайомлення здобувачів вищої освіти із рядом ключових питань щодо вивчення основних понять і термінів логіки; розвитку вміння аналізувати логічну структуру міркувань, виявлення логічної помилки та парадокси; ознайомлення із основними розділами

некласичної логіки (логіка норм, часова, епістемічна логіка) та застосування цих знань в маркетингу; розвитку вміння логічно й аргументовано доводити істинні або спростовувати хибні положення; теоретичних засад та практичних вмінь етичної ділової поведінки, оволодіння прийомами та нормами розв'язання практичних ситуацій; формування свідомого професіонала, здатного ефективно та високоморально виконувати свої функціональні обов'язки; оволодіння правилами та нормами ділового етикету.