

Код та назва дисципліни	2-032-4 Історичний маркетинг / Historical marketing
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Усіх галузей знань
Кафедра	Всесвітньої історії
П.І.П. НПП (за можливості)	
Рівень ВО	Другий (магістерський)
Курс (на якому буде викладатись)	1
Мова викладання	Українська
Пререквізити (передумови вивчення дисципліни)	Проходження навчально-виробничих практик при проходженні першого (бакалаврського) рівня освіти з одночасним опануванням відповідних теоретичних курсів
Що буде вивчатися	Дисципліна має суто практичне значення, адже дає можливість історикам, випускникам магістратури, дослідити сучасний ринок праці, можливості кар'єрного зростання або праці у суміжних сферах тощо.
Чому це цікаво/треба вивчати	Дисципліна орієнтована допомогти історикам-магістрам відшукати своє місце на ринку праці, пов'язати майбутню роботу з отриманим фахом, поєднати інтерес до історії з кар'єрними можливостями.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Знати стан сучасної світової та вітчизняної історичної науки, її актуальні напрямки, концепції, дискусійні поля. Усвідомлювати роль історичної науки в формуванні історичної культури суспільства, вихованні сучасної творчої людини. Виявляти самостійність і соціальну відповідальність при виконанні функціональних обов'язків.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Навички спілкування з колегами, академічним товариством та громадськістю на національному та міжнародному рівнях. Здатність організовувати індивідуальну та колективну наукову роботу, працювати в умовах обмеженого часу і ресурсів, адаптуватися та діяти в нових ситуаціях. Здатність до самовдосконалення у професійній сфері протягом життя.
Інформаційне забезпечення	Розвиток маркетингу в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи: монографія / за ред. проф. Р.В. Федоровича – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015. – 411 с. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2005. – 236 с. Холленсен С. Глобальный маркетинг; Пер. с англ. – Мн.: Новое знание, 2004. – 832 с. Юдіна Н. В. Історичні аспекти формування постінформаційного маркетингу [Електронний ресурс] / Н. В. Юдіна // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". - 2019. - № 16. - С. 301-317. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2019_16_33
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	Диф. залік
Максимальна кількість здобувачів	Без обмежень