



**Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ОП «МАРКЕТИНГ»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-17	<b>Фінансовий аналіз</b>	Вибіркова навчальна дисципліна професійної підготовки	Другий (магістерський)	1	2	4	Диференційований залік

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** денна, заочна

**Види навчальних занять:** лекція, практичне заняття, консультація.

**Методи навчання:** словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

**Оцінювання:** поточне, модульне, підсумкове.

***Загальні компетентності, визначені Стандартом вищої освіти (ЗК)***

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

***Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)***

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

***Спеціальні (фахові) компетентності за вибірконим блоком (визначені закладом вищої освіти)***

СК1.4. Здатність до глобального аналітичного мислення, обробки великих масивів даних, систематизації інформації, проведення маркетингових досліджень, оцінювання та прогнозування ринкової кон'юнктури за допомогою сучасних інформаційних технологій і систем, спеціалізованого програмного забезпечення

СК1.6. Здатність до формування маркетингових бюджетів, оцінювання маркетингових проєктів, визначення ефективності фінансових інструментів маркетингової діяльності

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен досягти таких запланованих результатів навчання:

***Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)***

ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.



ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.

***Програмні результати навчання за вибіркоким блоком дисциплін (визначені закладом вищої освіти)***

ПР 1.3. Здійснювати управління діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж на засадах маркетингу, визначати критерії та показники оцінювання її ефективності.

ПР.1.5. Вміти відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних завдань в сфері управління на засадах маркетингу

ПР1.6. Застосовувати отримані знання для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективного ведення бізнесу

**Засоби діагностики успішності навчання:** теоретичні питання, практичні завдання, завдання для проведення письмових модульних контрольних робіт, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

**Зміст курсу:** Місце і роль аналізу господарської діяльності в інформаційній системі управління. Методичний інструментарій фінансового аналізу. Види фінансового аналізу. Інформаційна база фінансового аналізу. Аналіз кількісних параметрів фінансового аналізу. Аналіз якісних параметрів фінансового аналізу. Аналіз грошових потоків підприємства. Аналіз фінансових результатів діяльності суб'єкта ринкової економіки. Аналіз інвестиційної діяльності. Аналітичне забезпечення антикризового менеджменту. Аналіз ділової та ринкової активності.

**Методи навчання на лекціях:** вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:** вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

**Методи оцінювання:** для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для модульного контролю у вигляді письмової відповіді, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо; для підсумкового контролю проведення диференційованого заліку (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

**Засоби діагностики результатів навчання.** Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Модульний контроль передбачає письмове виконання різних видів контрольних завдань. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

**Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.



Поточний контроль = 30 балів. Самостійна робота = 10 балів.

Модульний контроль = 20 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

#### **Рекомендована література:**

1. *Бізнес-аналітика в економіці, фінансах, маркетингу та управлінні / навчальний посібник / М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, І.Ю. Штулер, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810с.*

2. *Маркетинг: підручник / М.М.Єрмошенко, С.А.Єрохін, Т.В.Серкутан, Ю.М.Неговська, Я.А.Громова, Ю.В.Костинець – Київ : НАУ, 2020. – 810 с*

3. *Аналітично-контрольні аспекти регулювання фінансово-господарської діяльності суб'єктів економіки: монографія / за заг. ред.. А.В. Лісового та Е.В. Кондукової; Університет державної фіскальної служби України. Ірпінь, 2017 р. 398 с.*

4. *Костырко Р.А. Финансовый анализ. К.: Фактор. 2007,- 784с.*

5. *Крамаренко Г.О., Чорна О.С. Фінансовий аналіз. Підручник; К., ЦУЛ, -2008, 392с.*

6. *Мних Є.В., Барабаш Н.С. Фінансовий аналіз: навч. Посіб. / Є.В.Мних, Н.С. Барабаш. – К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 412с.*

**Викладач: Чередніченко Юрій Васильович**, кандидат економічних наук, доцент, доцент викладач кафедри фінансів, обліку та фундаментальних економічних дисциплін

#### **Гарант освітньої програми:**

**Єрмошенко Микола Миколайович**, доктор економічних наук, професор.

