



**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-3	Комерційна діяльність посередницьких організацій	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)

- ЗК1 Здатність приймати обґрунтовані рішення
- ЗК2 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
- ЗК3 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
- ЗК4 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК5 Навички міжособистісної взаємодії
- ЗК6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
- ЗК8 Здатність розробляти проекти та управляти ними

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

- СК1 Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК3 Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
- СК5 Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування
- СК6 Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7 Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків
- СК8 Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування
- СК1.3 Здатність ефективної комунікації, організації роботи, навчання персоналу та побудови ефективних комунікативних зв'язків

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

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

- ПР1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПР4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПР7 Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта
- ПР9 Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПР10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПР13 Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання
- ПР14 Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
- ПР15 Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

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

ПР 1.1. Вміти налагоджувати професійні комунікації в процесі практичної діяльності на всіх рівнях взаємодії, розробляти стратегію і тактику маркетингових комунікацій суб'єктів ринкових відносин

ПР 1.2. Розв'язувати складні проблеми та задачі у професійній сфері із застосуванням сучасних інформаційних технологій та спеціального програмного забезпечення, методів та прийомів в умовах невизначеності

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: Загальна характеристика комерційної діяльності посередницьких організацій. Організаційно-господарські форми посередницьких організацій і управління ними. Дослідження ринку товарів і формування попиту споживачів на продукцію і послуги. Комерційні зв'язки та договірні відносини посередників. Виявлення підприємств-виробників, організація закупівель і реалізації продукції та надання додаткових послуг. Активи посередницьких організацій і система розрахунків. Витрати на здійснення комерційної діяльності та їх планування. Ціноутворення і прибуток в комерційній діяльності посередницьких організацій.

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.Єрмошенко М.М. *Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Національна академія управління, 2006. – 348 с.*

2.Комерційна діяльність посередницьких організацій / укладач проф. Єрмошенко М.М., доц. Костинець Ю.В./ Навчально-методичний комплекс. – К.: Національна академія управління, 2019. - 69 с

3.Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність: конспект лекцій / Укладачі О.А. Біловодська, Л.О. Сигида - Суми, Сумський державний університет, 2017. - 202 с.

4.Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. *Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: "Дашков и К", 2013. - 500 с.*

5.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.

6.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

Викладач: Костинець Юлія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування.

Гарант освітньої програми:

Єрмошенко Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор.

