



Вищий навчальний заклад «НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Кваліфікаційна робота ОП «МАРКЕТИНГ»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
KP-1	Кваліфікаційна робота	Обов'язкова освітня компонента	Другий (магістерський)	2	3	15	Атестація

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: денна, заочна

Методи навчання: практико-орієнтоване навчання, проблемно-пошуковий, порівняльного аналізу, словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Метою освітньої компоненти є: уміння здобувачем здійснювати науковий пошук працювати зі спеціальною літературою, довідковими, періодичними виданнями тощо; здійснювати узагальнення теоретичного матеріалу; оволодіти методами наукового аналізу практичної інформації; навчитись формулювати висновки на основі наукової аргументації; здійснювати обґрунтування рекомендацій та пропозицій щодо вдосконалення існуючої практики.

Загальні компетентності (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 (СК):

СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
СК2	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
СК3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
СК4	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом

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
СК9	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

Програмні результати навчання (ПРН):

Шифр	Зміст
ПРН1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПРН6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта
ПРН8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта
ПРН12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм
ПРН13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання
ПРН14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
ПРН15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення

Засоби діагностики успішності навчання: Індивідуальний графік виконання кваліфікаційної роботи.

Зміст освітньої компоненти:

- вибір тематики дослідження;
- формування інформаційної та статистичної бази за визначеною тематикою;
- формулювання теми кваліфікаційної роботи;
- складання плану роботи;
- формування тексту кваліфікаційної роботи,
- оформлення роботи;
- попередній захист кваліфікаційної роботи;
- доопрацювання (в разі потреби) кваліфікаційної роботи;
- формування та оформлення кінцевого варіанту роботи;
- захист кваліфікаційної роботи.

Методи навчання: Практико-орієнтоване навчання, проблемно-пошуковий, порівняльного аналізу, словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Методи оцінювання: Поточний контроль здійснюється науковим керівником. Здобувач вищої освіти несе відповідальність за дотримання встановлених вимог до кваліфікаційної роботи і регламенту її виконання. Підписаний науковим керівником графік виконання кваліфікаційної роботи є основою для прийняття кваліфікаційної роботи до попереднього захисту. Підсумковий контроль передбачає захист кваліфікаційної роботи здійснюється прилюдно, у відповідності до встановленого закладом вищої освіти графіку. Процедура захисту передбачає стислий виклад здобувачем вищої освіти головних проблем дослідження та їх розв'язку, обговорення основних результатів, відповіді на поставлені запитання. В процесі захисту оцінюється глибина знань досліджуваної теми, вміння здобувача вищої освіти вести дискусію, обґрунтовувати і відстоювати свою точку зору, чітко відповідати на поставлені запитання. Оцінка виконаної кваліфікаційної роботи є синтетичною і формується з оцінки наукового керівника, рецензента, оцінок членів комісії (на основі доповіді здобувача вищої освіти та відповідей на запитання).

Академічна доброчесність. Задля уникнення порушень принципів академічної доброчесності здобувачами вищої освіти здійснюється технічна перевірка кваліфікаційної роботи щодо наявності ознак академічного плагіату. Процедура проведення перевірки кваліфікаційних робіт здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти Академії на унікальність та виявлення академічного плагіату є обов'язковою в «Лабораторії антиплагіату» з використанням комп'ютерної програми для пошуку плагіату в текстових документах «Plagiarism Detector» та «Unicheck». Процедура проведення перевірки кваліфікаційних робіт на унікальність у «Лабораторії Антиплагіату» відбувається у відповідності до «Порядку перевірки наукових робіт на унікальність та виявлення академічного плагіату у ВНЗ «Національна академія управління» (для здобувачів першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів вищої освіти) - <https://nam.kiev.ua/akademichna-dobrochesnist.html>.

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль передбачає дотримання здобувачем встановлених вимог до кваліфікаційної роботи і регламенту її виконання. Підсумковий контроль передбачає атестаційну процедуру.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою:

Поточний контроль – здійснюється науковим керівником.

Підсумковий контроль - атестація.

Гарант освітньої програми:

Єрмошенко Микола Миколайович,
доктор економічних наук, професор

