



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

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Оцінка бізнесу
ОП «МАРКЕТИНГ»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВК-13	Оцінка бізнесу	Вибіркова навчальна дисципліна	Другий (магістерський)	1	2	4	Диференційований залік

Мова навчання: українська, англійська.

Форми здобуття освіти: денна, заочна

Види навчальних занять: лекція, семінарські заняття, консультація.

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

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1	Здатність приймати обґрунтовані рішення
ЗК4	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
ЗК6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
ЗК7	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

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.
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

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.
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

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Зміст курсу: Основні засади професійної оціночної діяльності. Вартість як основна категорія оцінки. Загальна характеристика процесу оцінки вартості майна. Типологія об'єктів нерухомості. Оцінка об'єктів нерухомості за витратним підходом. Оцінка об'єктів нерухомості за доходним підходом. Оцінка об'єктів нерухомості методом порівняльного аналізу продаж. Бізнес як об'єкт експертної оцінки. Особливості застосування основних підходів до оцінки бізнесу. Особливості оцінки майна під час приватизації. Оцінка вартості нематеріальних активів. Особливості експертної оцінки під час банкрутства підприємства. Експертна грошова оцінка земельних ділянок.

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 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 підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (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. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Рекомендована література:

1. Неговська Ю.М. Бурак І.Г. *Теоретико-методичні підходи до оцінювання економічної ефективності функціонування підприємств//Актуальні проблеми економіки. - 2020. - №10. – С. 133-140.*
2. Неговська Ю.М. *Моделювання оцінювання інноваційного потенціалу промислових підприємств / Орлова-Курилова О.В., Неговська Ю.М., Браславець О.Ю. // Актуальні проблеми економіки. – 2019 – № 5. Том 2. – 81 - 92*

3. *Фінансовий менеджмент: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни // Колектив авторів/ Антонова О.М., Штань М.В., Неговська Ю.М., Сугак Т.М., Чередніченко Ю.В., Браславець О. Ю., Нам В.Г. – К.: – Національна академія управління, 2019. – 162 с.*

4. *Ольшанський, О. В. (2018). Оцінка ефективності бізнес-процесів підприємства. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент, (6 (76)), 53-55.*

5. *Пильнова, В. П. (2020). Оцінка і контроль кредитоспроможності суб'єктів малого бізнесу. Інвестиції: практика та досвід, (2), 43-48.*

6. *Криклива, М. (2019). Методи оцінки ефективності інвестицій в сучасних умовах ведення бізнесу. Молодий вчений, (1 (65)), 216-218.*

Викладач: Неговська Юлія Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування.

Гарант освітньої програми:

Єрмошенко Микола Миколайович,
доктор економічних наук, професор.

