

**Силабус навчальної дисципліни
«Маркетингове консультування»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітня програма: Маркетинг

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Курс: 1

Семестр: 2

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Малярчук Наталія Миколаївна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: maliarchuk.n@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/index.php?categoryid=169
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (20 год.), семінарські (20 год.), самостійна робота (80 год.) Заочна форма: лекції (6 год.), семінарські (6 год.), самостійна робота (108 год.)
Політика дисципліни	Академічна доброчесність. Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Кодексом академічної доброчесності Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Відвідування занять. Відвідування занять є важливою складовою освітнього процесу. Очікується, що здобувачі освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі освіти мають можливість за власною ініціативою підготувати доповіді до визначених робочою програмою тем семінарських (практичних) занять на основі пошуку та огляду наукових публікацій за заданою проблематикою дисципліни, поглибленому опрацюванні окремих лекційних тем або питань; при виконанні ІНДЗ самостійно вибирають його тему та творчо підходять до його вирішення.
Що будемо вивчати?	Метою вивчення дисципліни «Маркетингове консультування» є теоретико-методичні засади здійснення маркетингової діяльності організації з надання консультаційних послуг з використанням сучасних технологій маркетингу
Чому це треба вивчати?	Завдання дисципліни-набуття знань щодо основ організації маркетингу та проведення консультування з управління та організаційного розвитку, оволодіння методами діагностики сучасних проблем господарюючих суб'єктів і способами залучення людей до процесів змін.
Яких результатів можна досягнути?	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування

Зміст дисципліни	Теоретичні засади та організація маркетингового бізнес-консалтингу Сучасні методи та технології маркетингового консультування Ринок управлінського консультування Діагностика клієнтської організації та розробка консультаційних пропозицій Розробка і презентація консультаційних рекомендацій Впровадження змін в організації клієнта Завершення консультування та оцінка його ефективності Особливості взаємодії консультанта з клієнтом, консалтинговий проект
Обов'язкові завдання	Завданнями дисципліни є: виконання здобувачами вищої освіти обов'язкових та додаткових декількох видів завдань: підготовка доповідей за заданою проблематикою дисципліни, поглибленого опрацювання окремих лекційних тем або питань; підготовка до поточного контролю знань, що полягає в опрацюванні контрольних запитань, питань для самодіагностики, самостійному опрацюванні теоретичного матеріалу за зазначеною тематикою; систематизація вивченого матеріалу для підготовки до екзамену (перелік міститься в Методичних вказівках для підготовки до семінарських (практичних) занять), а також обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинговий менеджмент, Маркетинговий аналіз
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	Управлінський консалтинг / Кол. авт.: М. Ф. Безкровний, М. Ф. Кропивко, Ю.І. Палеха, Т. Д. Іщенко К. : Ліра-К, 2019. 335 с. Управлінський консалтинг / Кол. авт.: М. Ф. Безкровний, М. Ф. Кропивко, Ю. І. Палеха, Т. Д. Іщенко. Київ : Ліра-К, 2015. 335 с. Безкровний М.Ф. Основи аграрного консалтингу. Київ : Світогляд, 2010. 495 с. Верба В.А. Організація консалтингової діяльності. Київ : КНЕУ, 2000. 244 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування, ІНДЗ. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини.
Підсумковий контроль	Залік. Порядок та організація контроль знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про порядок організації освітнього процесу Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Розробник



Малярчук Н. М.