

**Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг консалтингових послуг»**

Галузь знань: 07 Управління та адміністрування
 Спеціальність: 075 Маркетинг
 Освітня програма: Маркетинг
 Рівень вищої освіти: другий (магістерський)
 Курс: 2
 Семестр: 3

Факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	Маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Викладач(-і)	ПІБ: Гуменюк Алла Валеріївна Посада: доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом E-mail: gumenyuk.a@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=13041
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 вищої освіти відвідають всі лекції і семінарські (практичні) заняття курсу. Пропуски семінарських (практичних) занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття упродовж двох тижнів з дня пропуску його. Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої 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.
Що будемо вивчати?	Предметом вивчення навчальної дисципліни є теорія і практика маркетингового консалтингу послуг з питань управління та організаційного розвитку підприємства; зміст основних категорій, понять, термінів маркетингового консалтингу; основних сфер використання маркетингового консалтингу; фаз та етапів процесу маркетингового консалтингу; специфіки консультування у різних галузях діяльності; технологій управління персоналом; загальних принципів аналізу поведінки персоналу організації; методів оцінки результативності маркетингового консалтингу, сучасних технологій маркетингового консалтингу послуг.
Чому це треба вивчати?	Метою викладення дисципліни є: оволодіння знаннями в галузі маркетингового консалтингу, методами діагностування проблем організації та способами залучення працівників підприємства до процесів і змін; набуття майбутніми маркетологами умінь консультувати з маркетингового управління та розвитку підприємства.
Яких результатів можна досягнути?	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
Як можна використати набуті знання та уміння?	Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування
Зміст дисципліни	Сутнісні характеристики та еволюція маркетингового консалтингу Поняття консалтингової послуги. Маркетинг консалтингових послуг Організація консалтингової діяльності Продуктовий консалтинг Поняття стратегії консультаційної фірми Промоушн консалтинг Комплексна підтримка компаній та брендів Оцінка якості консалтингових послуг. Оцінка консультанта
Обов'язкові завдання	Підготовка здобувачами доповідей за заданою проблематикою дисципліни; поглиблене опрацювання окремих лекційних тем або питань; опрацювання контрольних запитань, питань для самостійного вивчення дисципліни при підготовці до поточного контролю знань; систематизація вивченого матеріалу з метою підготовки до заліку та обов'язкових письмових індивідуальних навчально-дослідних завдань (за вибором студента).
Міждисциплінарні зв'язки	Маркетинг інновацій, Маркетинговий менеджмент.
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	1. Управлінський консалтинг / Кол. авт.: М. Ф. Безкровний, М. Ф. Кропивко, Ю. І. Палеха, Т. Д. Іщенко К. : Ліра-К, 2019. 335 с. 2. Управлінський консалтинг / Кол. авт.: М. Ф. Безкровний, М. Ф. Кропивко, Ю. І. Палеха, Т. Д. Іщенко. Київ : Ліра-К, 2015. 335 с. 3. Безкровний М.Ф. Основи аграрного консалтингу. Київ : Світогляд, 2010. 495 с. 4. Верба В.А. Організація консалтингової діяльності. Київ : КНЕУ, 2000. 244 с.
Поточний контроль	Виконання завдань семінарських (практичних) занять, тестування. Загальна система оцінювання за навчальною дисципліною визначається розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини – <i>види та критерії оцінювання відображені в робочій програмі з дисципліни.</i>
Підсумковий контроль	Залік. Порядок та організація контролю знань здобувачів вищої освіти, зокрема умови допуску до підсумкового контролю визначаються розділом 7 Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла

Розробник



Гуменюк А.В.