

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-13-98S

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

SYLLABUS

| | | |
|--|---|--|
| Менеджмент продажів | | Sales management |
| Шифр за ОП | - | Code in Degree Programme |
| Освітній рівень: Бакалаврський (перший) Магістерський (другий) | | Level of Education: Bachelor's (first) Master's (second) |
| Галузь знань Усі галузі знань НУВГП | | Field of Knowledge All fields of knowledge |
| Спеціальність Усі спеціальності НУВГП | | Field of Study: All fields of study |
| Освітня програма: Усі освітні програми | | Degree Programme: All degree programmes |

РІВНЕ – 2025

Силабус навчальної дисципліни «Менеджмент продажів» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня всіх освітньо-професійних програм спеціальностей НУВГП. Рівне. НУВГП. 2025. 10 с.

Розробники силабусу:

е-підпис: Коротун Ольга Петрівна, к.екон.н, доцент кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу ННІЕМ:

Протокол №10 від «19» лютого 2025 року

Завідувач кафедри:

е-підпис Мальчик Мар'яна Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ:

Протокол №6 від «20» лютого 2025 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ:
e-підпис Ковшун Наталія Едуардівна, доктор економічних наук, професор

Схвалено науково-методичною радою НУВГП:
Протокол № 3 від 19 березня 2025 року
Вчений секретар НМР: e-підпис Т. А. Костюкова

© НУВГП, 2025

| ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Менеджмент продажів» ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ | |
|---|---|
| Ступінь вищої освіти | Бакалавр, Магістр |
| Освітня програма | всі освітньо-професійні програми |
| Спеціальність | Всі спеціальності НУВГП |
| Рік навчання, семестр | 2-4-ий рік навчання, 3-8-ий семестр 1-ий рік навчання, 1-2-ий семестр |
| Кількість кредитів | 3 |
| Лекції: | 16/2 години |
| Практичні заняття: | 14/4 години |
| Самостійна робота: | 60/84 годин |
| Форма навчання | денна/заочна |
| Форма підсумкового контролю | залік |
| Мова викладання | українська |
| ІНФОРМАЦІЯ ПРО РОЗРОБНИКІВ * | |
|  | <i>Коротун Ольга Петрівна кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу</i> |
| Вікіситет | http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна |
| ORCID | https://orcid.org/0000-0002-5628-8301 |
| Канали комунікації | o.p.korotun@nuwm.edu.ua https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php |

| ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ |
|--|
| Мета та завдання |

«Менеджмент продажів» є комплексною навчальною дисципліною, що охоплює теоретичні та практичні аспекти організації, планування та контролю процесу продажів у бізнесі. Зміст курсу передбачає розгляд ключових понять і принципів управління продажами, сучасних тенденцій розвитку галузі, методів планування та прогнозування, технік ведення переговорів, управління командою з продажів, а також аналітичних методів оцінки ефективності роботи відділу продажів. Особлива увага приділяється стратегіям побудови довгострокових відносин із клієнтами, використанню сучасних цифрових інструментів, а також інноваціям у сфері продажів.

Основною **метою курсу** є формування у здобувачів освіти компетентностей, необхідних для ефективного управління процесами продажів, розробки та реалізації стратегій збуту, управління торговим персоналом, аналізу ефективності продажів і впровадження сучасних технологій для підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Курс спрямований на розвиток навичок стратегічного аналізу, використання маркетингових і управлінських інструментів, формування професійних компетенцій у сфері продажів та ефективної роботи з клієнтами.

Завдання курсу:

- ознайомлення здобувачів із ключовими теоретичними аспектами менеджменту продажів.
- надання практичних знань і навичок з організації та оптимізації роботи відділу продажів.
- вивчення методів прогнозування та планування продажів, а також оцінки ефективності продажів за допомогою ключових показників (KPI).
- аналіз технік ведення переговорів, методів впливу та переконання, а також стратегій довгострокових взаємин із клієнтами.
- розвиток умінь управління командою з продажів, формування мотиваційної системи та підвищення продуктивності торгового персоналу.
- дослідження сучасних тенденцій у сфері продажів, зокрема цифровізації, автоматизації та персоналізації.

Здобувач повинен знати:

- теоретичні основи менеджменту продажів, роль і значення продажів у бізнесі.
- основні моделі організації відділу продажів, їх переваги та недоліки.
- методи прогнозування та планування продажів, оцінки ефективності та аналізу рентабельності.
- етапи процесу продажу, стратегії ведення переговорів та роботи з клієнтами.
- методи мотивації персоналу у сфері продажів, управління командою та розвиток лідерських компетенцій.
- інноваційні підходи до продажів, використання CRM-систем, Big Data та онлайн-інструментів для автоматизації.
- етичні аспекти продажів та принципи формування позитивного іміджу компанії.

Здобувач повинен вміти:

- створювати, організовувати та оптимізувати роботу відділу продажів.
- використовувати методи прогнозування та планування продажів для досягнення стратегічних цілей компанії.
- вести ефективні переговори, застосовувати техніки переконання та формувати довгострокові відносини з клієнтами.
- аналізувати показники ефективності продажів, визначати зони зростання та розробляти рекомендації щодо покращення результатів.
- управляти командою з продажів, мотивувати співробітників та розвивати їх професійні компетенції.
- впроваджувати сучасні цифрові технології для автоматизації продажів та підвищення ефективності роботи з клієнтами.

Дотримуватись етичних норм і стандартів у сфері продажів, формувати позитивний імідж бренду та забезпечувати високий рівень клієнтського сервісу.

Курс спрямований на підготовку фахівців, здатних ефективно управляти продажами, розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії, впроваджувати новітні технології для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності бізнесу. Здобувачі набудуть навичок аналітичного підходу до продажів, прийняття стратегічних рішень та реалізації інноваційних моделей збуту, що сприятиме їхньому професійному зростанню та кар'єрному розвитку.

Посилання на розміщення освітнього компоненту на навчальній платформі Moodle, на платформі освітніх програм та їх освітніх компонентів

на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=3532>

**Передумови вивчення*
(місце освітнього компоненту в структурно-логічній схемі)**

Компетентності

ЗК01. Фахова компетентність у сфері продажів: здобувачі отримають ґрунтовні знання про особливості функціонування відділу продажів, ключові бізнес-моделі продажів, сучасні підходи до управління процесами збуту та методи організації ефективної роботи команди.

ЗК02. Аналітична компетентність: здобувачі навчаться використовувати методи прогнозування та аналізу продажів, оцінювати ефективність збутової діяльності за допомогою KPI, розраховувати рентабельність продажів і визначати фактори впливу на дохідність бізнесу.

ЗК03. Компетентність у сфері переговорів та комунікації: здобувачі здобудуть навички ведення ефективних переговорів, використання технік переконання, управління запереченнями клієнтів та побудови довгострокових партнерських відносин у процесі продажу.

ЗК04. Управлінська компетентність: здобувачі навчаться розробляти та реалізовувати стратегії управління продажами, формувати ефективні відділи продажів, впроваджувати мотиваційні системи для торгового персоналу та оптимізувати внутрішні процеси у команді.

ЗК05. Компетентність у цифрових продажах: здобувачі зможуть застосовувати сучасні технології автоматизації продажів, працювати з CRM-системами, використовувати онлайн-інструменти (чат-боти, Big Data, штучний інтелект) для підвищення ефективності роботи з клієнтами.

ЗК06. Етична та правова компетентність: здобувачі розумітимуть етичні аспекти продажів, принципи формування позитивного іміджу компанії, особливості роботи з персональними даними клієнтів, а також юридичні аспекти угод та зобов'язань у сфері продажів.

Програмні результати навчання

РН01. Розуміння основних типів продажів і моделей організації відділу продажів: здобувачі зможуть ідентифікувати різні моделі організації збуту (B2B, B2C, C2C), вибирати ефективну структуру відділу продажів для конкретного бізнесу, розподіляти ролі та обов'язки команди.

РН02. Вміння планувати та прогнозувати продажі: здобувачі зможуть проводити аналіз ринку, використовувати методи прогнозування (історичний аналіз, математичне моделювання, опитування експертів), встановлювати реалістичні цілі продажів та розробляти стратегічні плани збуту.

РН03. Навички ведення переговорів і роботи з клієнтами: здобувачі навчаться застосовувати техніки переконання (SPIN-продажі, Cialdini, Sandler), будувати комунікаційні стратегії, управляти запереченнями та ефективно проводити презентації товарів і послуг.

РН04. Використання аналітичних інструментів для оцінки ефективності продажів: здобувачі будуть здатні аналізувати показники продажів (ROI, конверсія, середній чек, швидкість закриття угод), інтерпретувати дані для прийняття управлінських рішень та розробляти заходи для підвищення ефективності збуту.

РН05. Організація та управління командою з продажів: здобувачі навчаться створювати ефективні мотиваційні програми, керувати продуктивністю команди, впроваджувати системи матеріального і нематеріального стимулювання, а також розвивати лідерські навички у продажах.

РН06. Використання сучасних технологій у продажах: здобувачі зможуть впроваджувати CRM-системи, автоматизовані воронки продажів, цифрові канали комунікації, а також застосовувати персоналізовані пропозиції для клієнтів на основі аналітики великих даних (Big Data).

РН07. Дотримання етичних стандартів та правових норм у продажах: здобувачі будуть здатні працювати з персональними даними клієнтів відповідно до законодавства, дотримуватись норм етики у веденні бізнесу, розробляти стратегії формування довіри та лояльності клієнтів.

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Лекцій – 16/2 год. Практичні – 14/4 год. Самостійна робота – 60/84 год.

| | |
|-------------------------------|---|
| Методи та технології навчання | У процесі навчання використовуються лекції, кейс-методи, ділові ігри, тренінги, ситуаційне моделювання та проєктна робота, що дозволяє формувати практичні навички управління продажами. Застосовуються сучасні підходи, такі як проблемно-орієнтоване навчання (PBL), гостьові лекції, робота з цифровими інструментами та інтерактивні платформи. |
| Засоби навчання | Навчання здійснюється за допомогою мультимедійного обладнання, CRM-систем, програм для аналітики продажів, платформ відеозв'язку та електронного навчання (LMS). Використовуються інтерактивні матеріали, бізнес-симуляції, відео- та аудіоматеріали, що забезпечують ефективне засвоєння знань і розвиток компетентностей. |

ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ

| Тема | |
|--|---|
| Кількість годин, результати навчання, література | Зміст тем |
| Тема 1. Вступ до курсу «Менеджмент продажів» | |
| лекцій – 2 год. практ. – 1 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Поняття та роль продажів у системі управління бізнесом. Сучасні тенденції розвитку продажів (цифровізація, автоматизація, клієнтоорієнтованість). Основні компетенції менеджера з продажів. |
| Тема 2. Організація відділу продажів | |
| лекцій – 2 год. практ. – 1 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Структура відділу продажів: типи організаційних моделей (функціональна, товарна, регіональна тощо). Ролі та обов'язки менеджера з продажів і торгового персоналу. Взаємодія відділу продажів з іншими підрозділами компанії (маркетинг, логістика, фінанси). |
| Тема 3. Планування та прогнозування продажів | |
| лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Цілі та етапи планування продажів (короткострокове та довгострокове планування). Методи прогнозування продажів (історичні дані, опитування експертів, математичні моделі). KPI (ключові показники ефективності) у менеджменті продажів. |
| Тема 4. Процес продажу та робота з клієнтами | |
| лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Етапи процесу продажу: підготовка, встановлення контакту, презентація, обробка заперечень, укладання угоди, супровід. Типологія клієнтів і підходи до комунікації з кожним із них. Стратегії формування довгострокових відносин із клієнтами (CRM-системи та лояльність). |
| Тема 5. Техніки ведення переговорів і презентацій | |
| лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Психологія переконання та методи впливу (моделі Cialdini, SPIN тощо). Ефективна презентація продукту/послуги: структура, візуалізація, аргументи. Обробка заперечень: тактики, прийоми, робота з «болями» клієнтів. |
| Тема 6. Мотивація та управління командою з продажів | |
| лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Теорії мотивації (Maslow, Herzberg, McClelland) та їх застосування у відділі продажів. Системи матеріальної та нематеріальної мотивації продавців. Розвиток лідерських якостей менеджера з продажів. |
| Тема 7. Контроль і оцінка результатів продажів | |
| лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Методи контролю показників продажів (кількісні та якісні). Розрахунок рентабельності та визначення зон зростання/зниження продажів. Аналіз діяльності відділу продажів: розробка рекомендацій щодо покращення. |
| Тема 8. Тенденції та інновації у сфері продажів | |
| лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 1-7 Література: [1-17] | Digital-продажі та сучасні онлайн-інструменти (CRM, чат-боти, авто-воронки). Персоналізація та Big Data у продажах. Етичні аспекти продажів та формування позитивного іміджу компанії. |

Форми та методи навчання

Вивчення ОК досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.

- лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал (наочність) для формування у здобувачів системного мислення, розвитку пам'яті;
- проводиться дискусійне обговорення проблемних питань;
- задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні навчальної ОК для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод "переваги та недоліки", метод "Робота в мережі", ділові ігри, екскурсійні заняття.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення здобувачів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага здобувачів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням здобувачам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу здобувачів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стисло викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) здобувачам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули здобувачі під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації здобувачів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

- технічні засоби навчання: мультимедійне обладнання, ноутбук;
- програмне забезпечення: MS Windows, доступ до Інтернет;
- програмне забезпечення: система дистанційного навчання Moodle.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу здобувачам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

– 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;

– 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Шкала оцінювання наведена на сторінці освітньої компоненти на навчальній платформі Moodle <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=3532>

Додаткові бали здобувачам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту освітньої компоненти. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <https://ep3.nuwm.edu.ua/25889/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Основна

1. Блас Х., Фарчі Д. Світ на продаж. Як трейдери заробляють на ресурсах Землі / Хав'єр Блас, Джек Фарчі ; пер. з англ. Р. Клочко. Київ : Наш Формат, 2024. 368 с. ISBN 978-617-8430-40-5.
2. Голмс Ч. Ідеальна машина продажів / Чет Голмс. Київ : Наш Формат, 2019. 384 с.
3. Гоффман Р., Є К. Бліцмасштабування : блискавичний шлях до побудови найдорожчих світових компаній / Рейд Гоффман, Кріс Є ; пер. з англ. І. Чеканівська. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 368 с. ISBN 978-617-6798-52-1.
4. Джілард Д. Як продати що завгодно кому завгодно / Джо Джілард. Київ : Центр учбової літератури, 2024. 280 с. ISBN 978-611-0132-26-8.
5. Джілард Д., Шук Р. Як укласти будь-яку угоду / Джо Джілард, Роберт Шук. Київ : Центр учбової літератури, 2024. 224 с. ISBN 978-611-0134-50-7.
6. Еннс Б. Успіх без пітчингу. Маніфест / Блер Еннс ; пер. з англ. О. Грищенко. Київ : ArtHuss, 2021. 128 с. ISBN 978-617-8025-00-7.
7. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду / Едді Йон ; пер. з англ. Н. Агадажян. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с. ISBN 978-617-7730-21-6.
8. Кокс Д., Голдратт Е. Мета. Процес безперервного вдосконалення / Джефф Кокс, Еліягу Голдратт ; пер. з англ. І. Ємельянова. Київ : Наш Формат, 2023. 448 с. ISBN 978-617-8120-63-4.
9. Конрат Дж. Гнучкі продажі. Як продавати в епоху змін / Джил Конрат. Київ : Центр учбової літератури, 2024. 232 с. ISBN 978-611-0133-65-4.
10. Корсак В., Корсак Р. Анатомія ритейлу. Як стати лідером роздрібного ринку / Віктор Корсак, Роман Корсак. Київ : Коло, 2021. 816 с. ISBN 978-617-6425-52-6.
11. Малюта Н. Основи продажів. Ефективна комунікація з покупцями / Неля Малюта. Київ : Наш Формат, 2024. 192 с.
12. Нечипоренко В. Інтелектуальний продаж, оформлення чи відпуск товару? / Віталій Нечипоренко. Київ : Кінцевий бенефіціар, 2024. 152 с. ISBN 978-617-7982-18-9.
13. Рекгем Н. Техніка продажу SPIN. Як не прогавити великого клієнта / Ніл Рекгем ; пер. з англ. О. Лотоцький. Київ : Наш Формат, 2019. 248 с. ISBN 978-617-7682-10-2.
14. Саттон Р., Рао Х. Криза зростання. Як не погоджуватися на маленькі результати в бізнесі / Роберт Саттон, Хар'ї Рао ; пер. з англ. О. Лотоцький. Київ : Наш Формат, 2020. 416 с. ISBN 978-617-7866-19-9.
15. Стоун Б. Продається все. Джефф Безос та ера Amazon / Бред Стоун ; пер. з англ. Н. Валецька. Київ : Наш Формат, 2023. 400 с. ISBN 978-617-8120-51-1.
16. Чубукова І., Дубровський І., Том'як Н., Акулишина В. Клієнтська аналітика / Ірина Чубукова, Іван Дубровський, Надія Том'як, Владислава Акулишина. Харків : Vivat, 2024. 448 с. ISBN 978-966-9821-79-9.
17. Шиффман С. Золоті правила продажів / Стівен Шиффман. Київ : Центр учбової літератури, 2024. 220 с. ISBN 978-611-0133-66-1.

Додаткова література

1. Cortinovis T. That's Marketing Automation! That's Sales Automation! / T. Cortinovis. Hamburg : Self-Published, 2020. 250 p.
2. Larreché J.-C. The Momentum Effect: How to Ignite Exceptional Growth / J.-C. Larreché. Philadelphia : Wharton School Publishing, 2008. 352 p.
3. Larreché J.-C. Value Capture Selling: Winning the Third Sales Transformation / J.-C. Larreché. New York : Wiley, 2023. 320 p.
4. Weinberg M. Sales Management. Simplified.: The Straight Truth About Getting Exceptional Results from Your Sales Team / M. Weinberg. New York : AMACOM, 2015. 224 p.
5. Аун М. Це ж клієнт, дурнику! / Майкл Аун. Київ : Наш Формат, 2018. 240 с.
6. Безтелесна Л. І. Управління продажами : навч. посіб. / Л. І. Безтелесна. Рівне : НУВГП, 2023. 108 с.
7. Зіглар З. Секрети успішного продажу / Зіг Зіглар. Київ : Наш Формат, 2017. 368 с.
8. Кові С. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / Стівен Кові. Київ : Наш Формат, 2015. 432 с.
9. Присяжнюк О. Ф., Потопнікова М. Ф. Менеджмент якості та продуктивності у процесах продажу продукції / О. Ф. Присяжнюк, М. Ф. Потопнікова // Інвестиції : практика та досвід. 2024. № 5. С. 67–73. DOI: 10.32702/2306-6814.2024.5.67.
10. Стоун Б. Вискочки. Uber, Airbnb та битва за Кремнієву долину / Бред Стоун ; пер. з англ. А. Дудченко. Київ : Наш Формат, 2018. 384 с. ISBN 978-617-7552-26-9.
11. Фрайд Дж., Хайнемайер Ханссон Д. Rework. Ця книжка змінить ваш погляд на бізнес / Джейсон Фрайд, Девід Хайнемайер Ханссон ; пер. з англ. Харків : Книжковий Клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2016. 176 с.
12. Чалдіні Р. Психологія впливу / Роберт Чалдіні. Київ : Наш Формат, 2016. 400 с.

Інформаційні ресурси

1. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
2. Законодавство України . URL: <http://rada.gov.ua/>
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м.Рівне, пл.Короленка, 6). URL: <http://libr.rv.ua/>
6. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне). URL: <https://rivnecbs.com.ua/>
7. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL: http://nuwm.edu.ua/MySql/page_lib.php
8. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП. URL: <http://ep3.nuwm.edu.ua>

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

Складові освітньої компоненти сприяють формуванню універсальних, корисних для будь-якого виду діяльності (міжпрофесійних) навичок, які дозволяють швидко адаптуватися до нових умов, змінювати сферу зайнятості, вирішувати нестандартні завдання:

- допитливість, ініціативність – під час засвоєння теоретичного матеріалу лекційних занять і самостійної роботи для розширення знань із відповідних тем курсу;
- цілеспрямованість, наполегливість – під час виконання практичних робіт, а також індивідуальних завдань для отримання додаткових балів;
- адаптивність, командна робота – під час дискусійних обговорень тематичних питань курсу, опрацювання практичних кейсів;
- соціальна обізнаність і відповідальність – як результат урахування організаційних вимог курсу, підтримання зворотного зв'язку та вчасного звітування про виконані види діяльності;
- критичне мислення, лідерство, креативність – розуміння, аналіз, пошук вирішення актуальних проблем у розрізі освітньої компоненти та висвітлення результатів під час навчальних занять, участі в конференціях і круглих столах та/або наукових публікаціях;
- самонавчання для професійного та особистісного зростання – як результат виконання самостійної роботи, у тому числі з електронними навчальними ресурсами та інформаційними базами.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право здобувача на повторне вивчення ОК чи повторне навчання на курсі.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин освітньої компоненти відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної ОК на платформі MOODLE за календарем.

Неформальна та інформальна освіта

Здобувачі мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <http://surl.li/zcmsgz>. Зокрема здобувачі можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної освітньої компоненти (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення здобувача подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, здобувачу знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи з Академічної доброчесності викладені сайті університету <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП: <http://surl.li/lizrbh>

Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.

Сайт НАЗЯВО: <https://naqa.gov.ua/>

Відділ якості освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdili/vyo>

Вимоги до відвідування

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в онлайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу. Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>.

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.

Автор:

доцент кафедри маркетингу,

кандидат економічних наук Ольга Коротун

Автор
Доцент

Ольга КОРОТУН

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та
навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №835
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 3FAA9288358EC00304000009B6C3700C8C2C100