

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

Кафедра економічної теорії

ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

**«МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ
ПОСЛУГ БІЗНЕС-КОНСАЛТИНГУ»**

(за вибором студента)

Рівень вищої освіти – другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти – магістр

Галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність – 051 «Економіка»

Спеціалізація – «Бізнес-консалтинг»

Програма навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг послуг бізнес-консалтингу» для студентів другого (магістерського) освітньо-кваліфікаційного рівня галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» спеціалізації «Бізнес-консалтинг» фінансово-правового факультету. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2018. 38 с.

Розробник

**Набатова Ольга Олександрівна – доцент кафедри економічної теорії,
кандидат економічних наук, доцент**

Затверджено на засіданні кафедри економічної теорії

(протокол № 8 від 18 квітня 2019 р.)

Дата оновлення – 12 вересня 2019 р.

Завідувачка кафедри _____



Л. С. Шевченко

Зміст

1. Вступ.....	4
2. Опис навчальної дисципліни.....	8
3. Зміст програми навчальної дисципліни.....	8
4. Ресурсне забезпечення навчальної дисципліни.....	11
4.1. Форми організації освітнього процесу та види навчальних занять....	11
4.2. Самостійна робота здобувачів вищої освіти.....	12
4.3. Освітні технології та методи навчання.....	13
4.4. Форми педагогічного контролю та система оцінювання якості сформованих компетентностей за результатами засвоєння навчальної дисципліни.....	14
4.5. Навчально-методичне та інформаційне забезпечення навчальної дисципліни.....	17
4.6. Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни.....	28
Додаток 1. Карта предметних компетентностей з навчальної дисципліни.....	30
Додаток 2. Карта результатів навчання здобувача вищої освіти, сформульованих у термінах компетентностей.....	34
Додаток 3. Матриця зв'язків між модулями навчальної дисципліни, результатами навчання та предметними компетентностями в програмі навчальної дисципліни.....	38

1. Вступ

1.1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг послуг бізнес-консалтингу» є засвоєння студентами концептуальних основ менеджменту, формування теоретичних знань і практичних навичок з управління консалтинговою фірмою, а також щодо особливостей, сучасних інструментів та технологій маркетингу консалтингових послуг.

Основні завдання:

- засвоєння основ сучасної концепції менеджменту та розуміння особливостей її використання у консалтинговій діяльності;
- оволодіння методами аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища консалтингової фірми;
- формування системи теоретичних знань щодо планування діяльності консалтингової фірми, проектування структури її організації та управління, мотивації працівників консалтингової фірми та контролю консультативної діяльності як основних функцій менеджменту у сфері консалтингу;
- оволодіння науковими підходами та практичними методами забезпечення управління та розвитку консалтингової фірми;
- формування теоретичних знань і прикладних навичок щодо розроблення стратегії маркетингу консалтингових послуг;
- формування уявлення про елементи та особливості маркетинг-міксу консалтингової фірми, умінь щодо розроблення продуктової, цінової та дистрибуційної політики консалтингової фірми та стратегії просування консалтингових послуг;
- набуття комунікативних навичок продаж консалтингових послуг.

1.2. Місце навчальної дисципліни у структурі освітньо-професійної програми

Навчальна дисципліна належить до циклу дисциплін за вибором

студента.

Пререквізити: Для вивчення навчальної дисципліни студент повинен мати знання із «Сучасних економічних теорій», «Економічної теорії сфери послуг», «Економіки та організації консалтингової діяльності», «Стратегічного бізнес-консалтингу», «Маркетингового бізнес-консалтингу».

Постреквізити: Основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні «Консалтингової фірми», «Міжнародного консалтингу», «Кадрового бізнес-консалтингу», «Консалтингу корпоративних бізнес-організацій», «Економічної діагностики та аналітики у бізнес-консультуванні», «Консалтингу зв'язків із громадськістю (PR-бізнес-консалтингу)».

1.3. Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти

Предметні компетентності здобувача вищої освіти, сформовані в результаті освоєння навчальної дисципліни:

ПК – 1.	Знання сучасних концепцій, принципів і методів менеджменту.
ПК – 2.	Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
ПК – 3.	Знання закономірностей розвитку консалтингової фірми як організації та об'єкта менеджменту.
ПК – 4.	Знання сутності та структури середовища консалтингової фірми, його основних факторів.
ПК – 5.	Уміння використовувати сучасні інструменти аналізу середовища консалтингової фірми.
ПК – 6.	Уміння здійснювати планування діяльності консалтингової фірми.
ПК – 7.	Знання базових стратегій розвитку консалтингової фірми.
ПК – 8.	Знання сучасних типів організаційних структур та структур управління.
ПК – 9.	Знання інноваційних методів мотивації працівників та особливостей їх використання у сфері консалтингу.
ПК – 10.	Уміння контролювати і вимірювати результати роботи персоналу консалтингової фірми.
ПК – 11.	Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ПК – 12.	Знання сутності, основних елементів та етапів комунікаційного

	процесу в сфері консалтингу.
ПК – 13.	Знання змісту, цілей та принципів маркетингової діяльності консалтингової фірми.
ПК – 14.	Знання механізму функціонування ринку консалтингових послуг та його сучасних сегментів.
ПК – 15.	Навички вибору цільового сегменту та формування конкурентного профілю консалтингової фірми.
ПК – 16.	Знання загальних і специфічних характеристик продукту консалтингової діяльності.
ПК – 17.	Уміння розраховувати ціну консалтингової послуги.
ПК – 18.	Знання сучасних методів просування консалтингових послуг, способів оцінки їх ефективності.
ПК – 19.	Знання основних принципів клієнтського маркетингу, способів утримання, розвитку та повернення клієнтів консалтингової фірми.
ПК – 20.	Знання сучасних технологій розроблення пропозицій для клієнта, проведення першої зустрічі з клієнтом.
ПК – 21.	Знання етичних аспектів консультування та соціальної відповідальності консультанта.

Експлікація загальних і професійних компетентностей визначається в карті предметних компетентностей (Додаток 1).

1.4. Перелік результатів навчання з навчальної дисципліни здобувача вищої освіти:

РНС НД – 1.1.	Застосовувати інноваційні концепції менеджменту в управлінні консалтинговою діяльністю.
РНС НД – 1.2.	Розкрити зміст та завдання сервісного менеджменту, його роль у забезпеченні ефективності консалтингової діяльності.
РНС НД – 1.3.	Проводити аналіз макросередовища консалтингової фірми за допомогою моделі PESTLE.
РНС НД – 1.4.	Використовувати модель «п'яти рушійних сил» М. Портера для аналізу мікросередовища консалтингової фірми.
РНС НД – 1.5.	Використовувати результати SWOT-аналізу консалтингової фірми для розроблення її стратегії.
РНС НД – 1.6.	Формулювати місію та цілі організації у консалтинговій сфері.
РНС НД – 1.7.	Аргументувати вибір стратегії розвитку консалтингової фірми.

PHC HD – 1.8.	Розробляти рекомендації щодо методів матеріальної та нематеріальної мотивації працівників консалтингової фірми.
PHC HD – 1.9.	Розробляти систему контрольних заходів та вимірювання результатів роботи персоналу консалтингової фірми.
PHC HD – 1.10.	Обирати оптимальні моделі керівництва консалтинговою фірмою та підлеглими.
PHC HD – 1.11.	Застосовувати принципи прийняття управлінських рішень у консультаційній діяльності.
PHC HD – 1.12.	Оцінювати ефективність комунікаційного процесу в сфері консалтингу.
PHC HD – 2.1.	Застосовувати сучасні концепції маркетингу в процесі консалтингової діяльності.
PHC HD – 2.2.	Розробляти рекомендації щодо напрямів спеціалізації консалтингової фірми на основі аналізу, оцінки привабливості та сегментування ринку консалтингових послуг.
PHC HD – 2.3.	Розробляти стратегію позиціонування консалтингової фірми.
PHC HD – 2.4.	Розробляти продуктову політику консалтингової фірми з урахуванням необхідності надання консультаційним послугам ознак вимірюваності.
PHC HD – 2.5.	Обґрунтовувати вибір цінової стратегії консалтингової фірми.
PHC HD – 2.6.	Визначати оптимальну структуру каналів дистрибуції консалтингових послуг.
PHC HD – 2.7.	Розробляти рекомендації щодо вибору методів просування консалтингового продукту.
PHC HD – 2.8.	Оцінювати ефективність каналів просування консультаційних послуг.
PHC HD – 2.9.	Характеризувати складові бренду консультанта.
PHC HD – 2.10.	Застосовувати сучасні комунікативні технології у процесі продажу консалтингових послуг.
PHC HD – 2.11.	Продемонструвати розуміння етичних аспектів та соціальної відповідальності консультанта.

Експлікація результатів освоєння навчальної дисципліни і результатів навчання за спеціальністю і спеціалізацією освітньо-професійної програми визначається в карті результатів навчання, сформульованих у термінах компетентностей (Додаток 2).

1.5. Модуляризація компетентнісно-орієнтованої програми навчальної дисципліни.

Експлікація модуляризації компетентнісно-орієнтованої програми навчальної дисципліни визначається у матриці зв'язків між модулями навчальної дисципліни, результатами навчання та предметними компетентностями (Додаток 3).

2. Опис навчальної дисципліни

Курс	Рівень освіти, галузь знань, спеціальність	Дидактична структура навчальної дисципліни
Кількість кредитів ЕКТС: 5,0	Рівень освіти – другий (магістерський)	За вибором студента
Кількість модулів: 2	Галузь знань – 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Модуль 1 Лекції: 8 Практичні заняття: 14 Самостійна робота: 48
Загальна кількість годин: 150	Спеціальність – 051 «Економіка»	Модуль 2 Лекції: 8 Практичні заняття: 16 Самостійна робота: 56
Тижневих годин: 2-4	Спеціалізація – «Бізнес-консалтинг»	Види контролю: поточний контроль; підсумковий контроль знань (залік)

3. Зміст програми навчальної дисципліни

Модуль 1. Менеджмент консалтингових послуг

Сучасна концепція менеджменту та її використання у консалтинговій діяльності. Визначення менеджменту. Менеджмент як вид професійної діяльності, процес управління та наука. Основні сфери і функції менеджменту. Соціально-економічні умови виникнення і розвитку менеджменту. Школа наукового управління. Класична (адміністративна) школа. Школа «людських відносин». Школа «поведінкових наук». Кількісна школа науки управління. Ресурсна теорія. Концепція менеджменту знань.

Теорія організації, що навчається. Процесний, системний та ситуаційний підходи до управління. Поняття, цілі та завдання сервісного менеджменту. Складові системи менеджменту підприємства сфери послуг. Роль менеджменту у забезпеченні ефективності консалтингової діяльності.

Консалтингова фірма як організація та об'єкт менеджменту.
Консалтингова фірма як підприємницька та інтелектуальна організація. Специфіка роботи консультантів і види консультаційної діяльності. Класифікація консалтингових організацій і послуг. Економіко-організаційні особливості підприємницької діяльності консалтингової фірми. Зовнішнє макро- та мікросередовище консалтингової фірми. Аналіз макросередовища консалтингової фірми за допомогою моделі PESTLE. Аналіз мікросередовища консалтингової фірми за допомогою моделі «5 рушійних сил» М. Портера. Ключові фактори успіху галузі та ключові компетенції консалтингової компанії. Зміст та основні фактори внутрішнього середовища консалтингової фірми. Використання інструментів SWOT-аналізу для розроблення стратегічних заходів. Життєвий цикл консалтингової фірми.

Функції менеджменту та їх реалізація у сфері консалтингу.
Планування діяльності консалтингової фірми. Місія та цілі організації у консалтинговій сфері. Формулювання і реалізація стратегії діяльності фірми. Базові стратегії розвитку консалтингової фірми. Види, завдання і методи розроблення планів. Делегування повноважень і відповідальності у консалтинговій фірмі. Поняття структури організації та структури управління. Елементи проектування організації. Типи структур управління. Формування управлінської структури консалтингової фірми. Мотивація працівників консалтингової фірми. Змістовні теорії мотивації. Процесуальні теорії мотивації. Методи матеріальної та нематеріальної мотивації та особливості їх використання у сфері консалтингу. Контроль і вимірювання результатів роботи персоналу консалтингової фірми. Сутність і зміст контролю. Види контролю. Поведінкові аспекти контролю. Принципи ефективного контролю консультаційної діяльності.

Забезпечення управління та розвитку консалтингової фірми. Сутність і класифікація рішень у менеджменті сфери послуг. Підходи до прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес розроблення та прийняття управлінських рішень менеджерами консалтингової фірми. Моделі, методи та етапи прийняття управлінських рішень. Інформаційне забезпечення діяльності консалтингової фірми. Управління знаннями. Впровадження систем управління знаннями. Комунікаційний процес у сфері консалтингу. Сутність, види і форми комунікацій. Комунікаційні бар'єри та методи їх подолання. Основні елементи та етапи комунікаційного процесу. Взаємодія «консультант-клієнт». Поведінкові ролі консультанта. Психологічні проблем взаємовідносин «консультант-клієнт». Основи формування колективу сервісного підприємства. Управління конфліктними ситуаціями. Влада і лідерство в управлінні. Поняття та види організаційних культур. Організаційна культура консалтингової фірми.

Модуль 2. Маркетинг консалтингових послуг

Стратегічні маркетингові рішення у консалтингу. Сутність, концепції та сучасні види маркетингу. Основні завдання маркетингу консалтингових послуг. Зміст маркетингової діяльності консалтингової фірми. Загальні та специфічні характеристики консалтингових послуг. Принципи маркетингу консалтингових послуг. Ринок консалтингових послуг. Пропозиція консалтингових послуг. Попит на консалтингові послуги. Оцінка привабливості ринку. Матриця Ансоффа. Визначення спеціалізації консалтингової фірми. Матриця «продукт-ринок». Сегментування ринку консалтингових послуг. Характеристики потреб різних секторів економіки. Критерії та стратегії сегментації. Критерії привабливості ринкового сегменту. Вибір цільового сегменту. Формування конкурентного профілю консалтингової фірми. Стратегії вибору цільового ринку. Позиціонування, диференціація та визначення унікальної торговельної пропозиції.

Маркетинг-мікс консалтингової фірми. Елементи маркетинг-міксу. Значення, мета та структура маркетингового плану. Маркетингове розуміння

товару, його рівні. Поняття та особливості продукту консультаційної діяльності. Надання консультаційній послугі ознак вимірюваності. Формулювання послуги з позиції клієнта. Ціноутворення у консалтингу. Основні методи ціноутворення, їх переваги та недоліки. Ставка консультанта. Розрахунок денної ставки консультанта. Види цінових стратегій. Правила роботи з ціною при підготовці технічного завдання та спілкування з клієнтом. Канали та методи дистрибуції консалтингових послуг. Оцінка ефективності каналів просування консультаційної послуги. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, паблік рілейшнз, особистий продаж, стимулювання збуту. Методи просування консалтингового продукту. Етапи розроблення та реалізації рекламної програми консалтингової фірми. PR: сутність та основні стратегії. Внутрішній PR та його інструменти. Зовнішній PR. Складові бренду консультанта.

Комунікативні аспекти продаж консалтингових послуг. Критерії вибору консультанта. Особливості продаж консультаційних послуг. Маркетингова робота з наявними клієнтами. Методи залучення нових клієнтів. Методологія здійснення «холодних» дзвінків. Технологія проведення першої зустрічі з клієнтом. Питання, які слід обговорити на першій зустрічі. Фактори впливу на клієнта. Документи консультаційного проекту. Структура та вимоги до документів. Розроблення пропозиції для клієнта. Ризики підготовки пропозиції для клієнта. Етичні аспекти консультивання. Асоціації консультантів.

4. Ресурсне забезпечення навчальної дисципліни

4.1. **Форми організації освітнього процесу та види навчальних занять**

Форми організації освітнього процесу: навчальні заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи.

Види навчальних занять: лекція, практичне заняття, консультація.

4.2. Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота студентів – це форма організації освітнього процесу, що охоплює різноманітні види індивідуальної і колективної навчальної діяльності, яка здійснюється під час аудиторних або позааудиторних занять під загальним чи безпосереднім керівництвом викладача.

1) формуванню системи наукових знань щодо особливостей використання сучасних концепцій менеджменту та маркетингу в сфері консалтингу, реалізації основних функцій менеджменту в діяльності консалтингової фірми, прийняття стратегічних та оперативних маркетингових рішень у консалтингу;

2) розвитку навичок і здібностей, необхідних для забезпечення управління та розвитку консалтингової фірми, розроблення ефективного комплексу та стратегій маркетингу консалтингових послуг;

3) усвідомленій творчості в сфері теорії та практики менеджменту і маркетингу, реалізації дослідницьких здібностей;

4) реалізації дослідницьких здібностей;

5) вихованню у студентів цілеспрямованості, дисциплінованості, та відповідальності.

Важливою складовою самостійної роботи студентів є елементи науково-дослідної діяльності. Остання передбачає орієнтацію студентів не лише на засвоєння готового знання, а й на пізнання та самостійне вивчення сучасних моделей і технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі, особливостей її продуктової, цінової, збутової політики, ефективною системи маркетингових комунікацій.

Самостійна робота з навчальної дисципліни передбачає: вивчення літературних джерел; виконання домашніх завдань; поглиблене вивчення питань, що розглядалися на лекції; підготовку доповідей із проблемних питань практичного заняття; підготовку до активних форм навчання на практичних заняттях; аналіз та розроблення кейсів; підготовку тез доповідей

та участь у конференціях; написання та публікацію наукових статей; підготовку до колоквіумів і заліку.

4.3. Освітні технології та методи навчання

Під час вивчення менеджменту та маркетингу консалтингових послуг використовуються інноваційні освітні технології, зокрема:

технологія модульно-блочного навчання реалізується викладанням науково-методичного матеріалу двома логічно завершеними модулями – з систематичним наданням студентам консультацій, організацією самостійної навчально-пошукової діяльності студентів, поточним контролем рівня знань та оцінкою успішності;

інтерактивні технології ґрунтуються на концептуальній ідеї співробітництва, взаємонавчання та використовуються в процесі опрацювання дискусійних питань; спрямовані на активізацію пізнавальної діяльності студентів, розвиток суб'єктності; сприяють розвитку універсального теоретичного мислення та мотивації до навчання;

технологія навчання як дослідження застосовується при написанні наукових доповідей, тез виступів на наукових конференціях, наукових статей та ін.; спрямовується на формування умінь, навичок і здібностей, необхідних для дослідницької діяльності, безперервного навчання і самоосвіти;

технологія формування творчої особистості базується на насиченні навчального процесу різноманітними творчими завданнями: опрацюванням кейсів та аналітичних завдань, побудовою аналітичних матриць тощо; сприяє розвитку універсального теоретичного мислення та креативних здібностей.

Застосовуються такі методи навчання: логічний, проблемний, дослідницький, евристичний, метод Сократа, групова дискусія, пояснювально-ілюстративний, «мозковий штурм», презентація бізнес-проектів, рольові/ділові ігри, опрацювання аналітичних завдань, підготовка тез на конференцію, самостійна робота з підручником, конспектом лекцій, інформаційними та Інтернет-ресурсами.

4.4. Форми педагогічного контролю та система оцінювання якості сформованих компетентностей за результатами засвоєння навчальної дисципліни

Система оцінювання якості сформованих компетентностей за результатами засвоєння навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг послуг бізнес-консалтингу» передбачає проведення поточного та підсумкового контролю і здійснюється на основі накопичувальної бально-рейтингової системи.

Видами *поточного контролю* знань студентів є:

- контроль якості засвоєння студентами програмного матеріалу навчальної дисципліни на практичних заняттях із застосуванням таких методів: усне, письмове або експрес-опитування, виконання тестових завдань, розв'язання практичних завдань або задач, захист кейсу, підготовка і захист реферату за ініціативи студента, контрольна робота. За результатами практичних занять із кожного з двох модулів розраховується середньоарифметична кількість балів. Максимальна оцінка – 25 балів, включається до підсумкової оцінки знань;

- контроль якості засвоєння студентами програмного матеріалу навчальної дисципліни на колоквіумах. Проводяться два колоквіуми. Максимальна оцінка з кожного колоквіуму становить 20 балів.

Протягом семестру студенти виконують завдання для самостійної роботи (підготовка усної доповіді, презентації, есе, реферату тощо). Максимальна кількість балів за самостійну роботу протягом семестру – 10.

Формою *підсумкового контролю знань* студентів з дисципліни є залік, що виставляється на основі результатів поточного контролю та виконання завдань самостійної роботи. Мінімальна кількість балів, за якої студент отримує залік, становить 60 балів.

Розподіл балів між формами організації освітнього процесу і видами

КОНТРОЛЬНИХ ЗАХОДІВ

Поточний контроль				Самостійна робота студентів	Підсумкова оцінка знань
Практичні заняття		Колоквіуми			
Модуль № 1	Модуль № 2	Колоквіум № 1	Колоквіум № 2		
max 25	max 25	max 20	max 20	max 10	max 100

Критерії оцінювання з дисципліни «Менеджмент та маркетинг послуг бізнес-консалтингу»

Вид контролю	Кількість балів	Критерії (за кожною з оцінок)
Поточний контроль на практичному занятті	Max 25	Відмінне засвоєння навчального матеріалу з теми, можливі окремі несуттєві недоліки.
	20	Добре засвоєння матеріалу з теми, але є окремі помилки.
	15	Задовільний рівень засвоєння матеріалу, значна кількість помилок.
	Min 0	Незадовільний рівень засвоєння матеріалу.
Колоквіум	Max 20	Відмінне засвоєння навчального матеріалу з тем, можливі окремі несуттєві недоліки.
	18	Результати опрацювання матеріалу високі, але незначна кількість несуттєвих помилок.
	16	Добре засвоєння матеріалу з тем, але є окремі помилки.
	14	Задовільний рівень засвоєння матеріалу, значна кількість помилок.
	12	Мінімальні результати, достатні для отримання позитивної оцінки.
	Min 0	Незадовільний рівень засвоєння матеріалу.
Оцінка самостійної роботи студента	Max 10	Глибоке знання проблем, пов'язаних із темою дослідження, вільне володіння матеріалом, вміння самостійно й творчо мислити, знаходити, узагальнювати, аналізувати матеріал, робити самостійні теоретичні та практичні висновки.
	9	В роботі розкрито основні положення теми, але є деякі неточності у викладанні матеріалу, теоретичні поняття недостатньо підкріплено фактичними даними.
	8	Основні положення теми розкрито, але деякі питання висвітлено неповно. Студент

		добре володіє матеріалом, але відсутня творчість та самостійність у дослідженні.
	7	Основні теоретичні питання висвітлено поверхнево, немає висновків або висновки не мають самостійного характеру; студент слабо володіє матеріалом.
	6	Основні положення теми висвітлено поверхнево, теоретичні положення не підкріплені фактичним матеріалом; немає висновків; студент слабо володіє матеріалом роботи.
	Min 0	Основні положення теми висвітлено поверхнево, з великою кількістю помилок; немає висновків; студент не володіє матеріалом роботи.

Результати успішного засвоєння навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг послуг бізнес-консалтингу» передбачають їх диференціацію на: відмінний (відповідає підсумковій оцінці А за шкалою ECTS), типовий (відповідає оцінкам С і В) і пороговий (відповідає оцінкам Е і D) рівні за вимогами до сформованих компетентностей.

Досягнення відмінного рівня сформованості предметних компетентностей означає відмінне оволодіння знаннями, уміннями і практичними навичками. Наявна системність знань студента. Студент може вільно застосовувати отримані знання і демонструвати набуті уміння та практичні навички у складних та нетипових ситуаціях.

Досягнення типового рівня сформованості предметних компетентностей означає дуже добре або добре оволодіння знаннями, уміннями та практичними навичками. Студент може застосувати отримані знання і демонструвати набуті уміння та практичні навички як у простих, так і в складних ситуаціях. Наявний зв'язок між окремими знаннями у студента, проте відчувається недостатність умінь і практичних навичок із системного оцінювання відповідної інформації.

Досягнення порогового рівня сформованості предметних компетентностей означає задовільне або достатнє оволодіння знаннями,

уміннями та практичними навичками. Для порогового рівня характерна фрагментарність знань. У простих, типових, стандартних ситуаціях студент може застосувати отримані знання і демонструвати набуті уміння та практичні навички, але він не здатний цього зробити при підвищенні рівня складності ситуації.

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг послуг бізнес-консалтингу» виставляється в залікову книжку відповідно до такої шкали:

Оцінка за шкалою ECTS	Визначення	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за 100-бальною шкалою, що використовується в НЮУ
A	Відмінно – відмінне виконання, лише з незначною кількістю помилок	Зараховано	90 – 100
B	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками		80 – 89
C	Добре – у цілому правильна робота з певною кількістю незначних помилок		75 – 79
D	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків		70 – 74
E	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії		60 – 69
FX	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як перескладати	Не зараховано	35 – 59
F	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота, обов'язковий повторний курс		0 – 34

4.5. Навчально-методичне та інформаційне забезпечення навчальної дисципліни

4.5.1. Нормативно-правові акти.

Господарський кодекс України від 16. 01.2003 р. № 436-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № №18-22. Ст. 144. Дата оновлення: 06.01.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15/card6> (дата звернення: 05.09.2019).

Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від

07.06.1996 № 236/96-ВР. *Відомості Верховної ради*. 1996. № 36. Ст. 164. Дата оновлення: 12.11.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 05.09.2019).

Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 12. Ст. 64. Дата оновлення: 07.03.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14> (дата звернення: 05.09.2019).

Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1024-XII. *Відомості Верховної Ради України*. 1991. № 30. Ст. 379. Дата оновлення: 16.07.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>. (дата звернення 05.09.2019).

Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 271/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. № 39. Ст. 181. Дата оновлення: 30.01.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення 05.09.2019).

Про ціни і ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. *Відомості Верховної Ради України*. 2013. № 19-20. Ст. 190. Дата оновлення: 26.07.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17> (дата звернення 05.09.2019).

Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №№ 40-44. Ст. 356. Дата оновлення: 28.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 05.09.2019).

4.5.2. Підручники, навчальні посібники, монографії, статті тощо.

Підручники

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:
Основи економічної теорії: підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко.
Харків: Право, 2010. 448 с.

Інших авторів:

Безкровний М. Ф., Кропивко М. Ф., Палеха Ю. І., Іщенко Т. Д.

Організація інформаційно-консультаційної діяльності: підручник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 408 с.

Безкровний М. Ф., Кропивко М. Ф., Палеха Ю. І., Іщенко Т. Д. Управлінський консалтинг: підручник. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 336 с.

Куценко В. І., Трілленберг Г. І. Менеджмент сфери послуг. К. : [б.в.], 2007. 459 с.

Попова Н. В. Маркетинг: підруч. Харків: В справі, 2016. 298 с.

Навчальні посібники

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:
Вступ до маркетингу: конспект лекцій / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого, 2008. 71 с.

Економіка інтелектуальної власності: науково-методичні матеріали для підготовки докторантів, аспірантів і магістрів за напрямом «Інтелектуальна власність» / за ред. Л. С. Шевченко. Харків: Право, 2015. 120 с. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/12373/1/Shevchenko_2015.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. 208 с. URL: http://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/POSIBNIKI_2011/0019.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Економічна теорія: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. 2-ге вид. Харків: Право, 2019. 268 с.

Менеджмент юридичної фірми: конспект лекцій: електронне видання: галузь знань 0304 «Право», освітньо-кваліфікаційний рівень «Магістр», спеціальність 8.03040101 «Правознавство» для студентів денних факультетів / укл. Шевченко Л. С. та ін. Харків: Нац. Ун-т «Юрид. акад.України ім. Ярослава Мудрого», 2013. 136 с. URL: http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/1718/1/Pr_39.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Введение в маркетинг. Учебно-практ. пособие. Харьков: Консум, 2000. 672 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний бізнес-консалтинг: навч. посіб. Харків: Право, 2019. 302 с.

Інших авторів:

Гонтарева І. В. Управління консалтинговою діяльністю: конспект лекцій. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 136 с.

Іванова Л. О., Семак Б. Б., Вовчанська О. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. 507 с.

Калініченко Л. Л., Кильницька Є. В., Панов А. М. Маркетинг: навч. посіб. Харків, 2017. 168 с.

Кордзая Н. Р. Основи інтернет-маркетингу: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. 163 с.

Коростильов В. Управлінське консультування. Київ: МАУП, 2003. 104 с.

Кузик О. В. Маркетинг послуг: технології та стратегії: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. - 337 с.

Лялюк А. М. Маркетинг: навч. посіб. Луцьк: Вежа-Друк, 2018. 299 с.

Маркетинг: навч. посіб. / за заг. ред. Г. О. Дорошенко. Харків: Тім Пабліш Груп, 2016. 411 с.

Маркетингова товарна політика: навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. Київ: КНУБА, 2016. 143 с.

Маркетингові комунікації: навч. посіб. / П. В. Захарченко та ін. Київ: КНУБА, 2016. 151 с.

Маслій Н. Д. Маркетинг: навч.-метод. посіб. для студентів екон. спец. ВНЗ. Одеса: Астропринт, 2017. 180 с.

Мишурова И. В., Лысенко Н. А. Менеджмент профессиональных услуг: стратегия и тактика: учебно-практ. пособие для руководителей и специалистов консалтинговых фирм, студ. и преподавателей вузов. Москва: ИКЦ "МарТ", 2004. 176 с.

Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 383 с.

Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб. Дніпропетровськ: Ун-т митної справи та фінансів, 2016. 361 с.

Попова Н. В. Основи реклами навч. посіб. Харків: В справі, 2016. 144 с.

Хміль Ф. І. Основи управлінського консультування: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2008. 240 с.

Чернов Ю. В., Фомишин С. В., Тищенко А. И. Управленческое консультирование: учебн. пособ. Херсон: ОЛДИ-плюс, 2003. 272 с.

Чубукова О. Ю. Інформаційний маркетинг: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2017. 111 с.

Монографії

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:

Марченко О. С. Консалтингові ресурси національних інноваційних систем. Економіко-теоретичний аналіз: монографія. Харків: Право, 2008. 280 с.

Марченко О. С. Ринок послуг юридичного консалтингу в умовах інноваційного розвитку національної економіки: монографія. Харків: Кортес-2001. 2007. 132 с.

Марченко О. С. Сучасні підходи до управління юридичним консалтингом в умовах нової економіки масової співпраці. *Przemiany w nowoczesnym społeczeństwie: aspekty ekonomiczne*. Opole, 2017. Pp. 184-190.

Марченко О. С. , Ярмач О. В. Юридичний консалтинг: сутність та роль у правовій економіці: монографія. Харків. 2016. 243 с.

Шевченко Л. С. Стратегічний інноваційний консалтинг: сучасні тенденції і технології. *Modern Technologies in Economy and Management*. Collective Scientific Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019. С. 448-459. URL: http://pedagogika.wszia.opole.pl/ebook/2019_1.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг в економічній сфері. *Modern*

management: economy and administration. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2018. Pp. 102-108.

Інших авторів:

Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг; пер. з англ. С. Івахненкова. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. 191 с.

Бергер Йона. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними; пер. з англ. О. Замойська. Київ: Наш формат, 2017. 196 с.

Воронюк А., Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. Как привлечь клиентов и увеличивать продажи через Интернет. Киев: ІРІО, 2018. 160 с.

Економічні, соціальні та психологічні аспекти сучасних маркетингових технологій: монографія. Тернопіль: ФОП Шпак В. Б., 2019. 231 с.

Зильберман М. Консалтинг: методы и технологии: пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 426 с.

Ковшова І. О. Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика: монографія. Київ: Вишемирський В. С., 2018. 515 с.

Консалтинг менеджмента, или Как улучшить свой бизнес / пер. с англ. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2005. 392 с.

Котлер Ф. Десять смертных грехів маркетингу. Пер. з англ. Н. Палій. Харків: Кн. Клуб "Клуб Сімейного Дозвілля", 2018. 159 с.

Коуп М. 7 основ консалтинга / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 338 с.

Кросман Ф. Як заробити на консалтингу / пер. с англ. Санкт-Петербург: Пітер, 2009. 375 с.

Липпит Г. Консалтинговый процесс в действии / пер. с англ. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 208 с.

Майстер Д. Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги / пер. с англ. Москва: Манн, Фербер, Иванов, 2003. 440 с.

Манн І. Маркетинг на 100%: ремікс. Як стати успішним менеджером із маркетингу. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. 239 с.

Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст: монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. В. Карпенко. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 251 с.

Управленческое консультирование. Индустрия знаний, символический капитал или новая мода / пер. с англ. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. 416 с.

Чайка І. П. Маркетинг консалтингових послуг на підприємствах: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. 150 с.

Чукурна О. П. Концепція маркетингового ціноутворення в глобальній економіці: монографія. Одеса: Астропринт, 2016. 334 с.

Шиффман С. Руководство консультанта. Как начать и развивать свое дело / пер. с англ. Москва: НИРРО, 2004. 188 с.

Статті

Викладачів кафедри економічної теорії НЮУ імені Ярослава Мудрого:

Губін К. Г. Розвиток бізнес-консалтингу в Україні: проблема корупційної ренти та її розв'язання. *Економічна теорія та право*. 2018. № 4 (35). С. 124-135.

Левковець О. М. Інноваційний консалтинг як технологія управління розвитком бізнес-організації. *Економічна теорія та право*. 2018. № 4 (35). С. 81-98.

Марченко О. С. Консалтинговий сектор економіки України: структура і тенденції розвитку. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2009. № 4. С. 144–148.

Марченко О.С. Внутренний консультационный рынок фирмы: сущность, структура. *Бизнес Информ*. 2011. № 1. С. 102-106.

Марченко О. С. Макро- та мікроекономічні критерії ефективності юридичного консалтингу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 3 (34). С. 92-105.

Марченко О. С. Соціально-економічна ефективність юридичного консалтингу у контексті інвестиційного підходу. *Економічна теорія та право*. 2018. № 2 (33). С. 91-107.

Марченко О. С. Юридичний консалтинг у системі правової економіки *Економічна теорія та право*. 2016. № 4 (27). С. 67-76. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/юрідичний-консалтинг-у-системі-право/> (дата звернення: 05.09.2019).

Марченко О. С. Юридичні практики «pro bono»: зміст та чинники розвитку в Україні. *Економічна теорія та право*. 2017. № 2 (29). С. 50-60.

Марченко О. С., Ярмак О. В. Мережі створення цінності та ціни консалтингових послуг: теоретичні засади та моделі. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 12. С. 17-24. URL: http://nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2011/05/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%9E.%D0%A1.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Овсієнко О. В. Комплаєнс у бізнес-адмініструванні та його роль у створенні ефективних норм господарської поведінки. *Економічний простір*. 2018. № 134. С. 173–185. URL: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/ecpros_2018_134_16.pdf (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Конкурентна діагностика юридичної фірми: світова практика та її запровадження в Україні. *Економічна теорія та право*. 2016. № 1 (24). С. 76-86. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/05/1-76-86.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Шевченко Л. С. Стратегічний консалтинг: теорія, практика, бізнес-індустрія. *Економічна теорія та право*. 2019. № 2 (37). С. 48-66.

Шевченко Л. С. Юридичний маркетинг: від теорії до практики. *Економічна теорія та право*. 2016. № 2. С. 67-79. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/2-67-79.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Інших авторів:

Афтандилянц В. Є. Методика оцінки ринку консалтингових послуг України. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 8. С. 106-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2015_8_28 (дата звернення: 05.09.2019).

Віннікова І. І., Марчук С. В. Особливості розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. *Молодий вчений*. 2016. № 7 (34). С. 16-21. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/7/5.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

Гончарова М. Л. Управлінське консультування в Україні: основні проблеми, тенденції та напрями розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 136–141.

Євтушенко Н. О. Затребуваність консалтингу як окремого елемента інноваційної інфраструктури національної інноваційної системи України на ринку послуг. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 3. С. 61-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2017_3_10 (дата звернення: 05.09.2019).

Йовса М. М. Розробка сучасних заходів щодо вдосконалення системи менеджменту на вітчизняних консалтингових підприємствах. *Молодий вчений*. 2017. № 1. С. 594-597. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_1_144 (дата звернення: 05.09.2019).

Касян С. Я., Онікієнко А. О. Особливості консалтингової діяльності в системі маркетингу послуг. *Економічний простір*. 2018. № 132. С. 151-162. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2018_132_16 (дата звернення: 05.09.2019).

Ковальська К. В., Пастушенко Р. М. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у контексті посткризового періоду в Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 8(1). С. 194-200. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8\(1\)_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8(1)_47) (дата звернення: 05.09.2019).

Серських Н. С. Дослідження поведінки споживачів на ринку консалтингових послуг. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2019. Т. 24. Вип. 2. С. 60-64. URL:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_2_14 (дата звернення: 05.09.2019).

Солодуха О. В. Менеджмент знань в консалтингових організаціях. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2014. Т. 1, вип. 1. С. 71-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2014_1_1_10 (дата звернення: 05.09.2019).

Солодуха О. В. Специфіка оцінки ефективності послуг управлінського консалтингу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 2. С. 75-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2013_2_20 (дата звернення: 05.09.2019).

Тарануха О. М., Клименко І. С., Амеліна Н. К. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг в Україні. *Науковий журнал*. 2017. № 4. С. 129-135. URL: <http://publications.ntu.edu.ua/eut/2017-04/129-135.pdf> (дата звернення: 05.09.2019).

4.5.3. Інтернет-ресурси.

Електронний архів-репозитарій Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <http://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <http://rada.gov.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт журналу «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт журналу «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/about> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт журналу «Новый маркетинг». URL: <http://marketing.web-standart.net/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <http://www.ssmc.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт наукового журналу «Економіка України». URL: <http://www.economukraine.com.ua/index.php> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт збірника наукових праць «Економічна теорія та право». URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт науково-теоретичного журналу «Економічна теорія». URL: <http://etet.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи Національної академії наук України. URL: <http://www.idss.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Інституту економіки та прогнозування Національної академії наук України. URL: <http://ief.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Інституту економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду. URL: <http://www.imf.org/external/> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://www.worldbank.org/uk/country/ukraine> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <https://www.wto.org> (дата звернення: 05.09.2019).

Офіційний сайт «Мережа аналітичних центрів України». URL: <http://www.intellect.org.ua> (дата звернення: 05.09.2019).

Journal website «Journal of Economic Theory». URL: <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-economic-theory> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт Асоціації інженерів-консультантів України. URL: <https://aecu.org.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт консалтингової онлайн платформи Consultancy UK. URL: <http://www.consultancy.uk/> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт FEACO (Європейська федерація асоціацій консультантів з економіки та управління). URL: <http://www.feaco.org> (дата звернення: 05.09.2019).

Сайт IMC USA (Інститут менеджмент-консультантів США). URL: <http://www.imcusa.org> (дата звернення: 05.09.2019).

Портал «iМаркетинг – все для інтернет-маркетолога». URL: <http://imarketing.com.ua/> (дата звернення: 05.09.2019).

4.5.4. СЕНМК.

Стандартизований електронний навчально-методичний комплекс кафедри економічної теорії. URL: http://library.nlu.edu.ua/index.php?option=com_k2&view=itemlist&task=category&id=149:kafedra-ekonomichnoi-teorii&Itemid=151 (дата звернення 05.09.2019).

4.6. Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни

Матеріально-технічне забезпечення дає можливість працювати з інформаційним комплексом з будь-якого місця чи країни, підключаючись через мережу Інтернет (за умови реєстрації користувача відповідним чином), або використовуючи наявні в університеті комп'ютерні класи.

Передплачено доступ до Інформаційно-правових систем ЛІГА:ЗАКОН

(Система ГРАНД та Система аналізу судових рішень VERDICTUM).

Доступ можливий у Залі правової інформації навчально-бібліотечного комплексу (вул. Пушкінська 84-А, 3 поверх).

Додаток 1

Карта предметних компетентностей з навчальної дисципліни

Шифр та назва компетентностей за спеціальністю і/або спеціалізацією	Шифр та назва компетентностей з навчальної дисципліни
ЗК – загальні (універсальні) компетентності	ПК – предметні компетентності з навчальної дисципліни
ЗК-1. Здатність до критичного мислення, генерації нових ідей та інноваційної діяльності.	ПК – 1. Знання сучасних концепцій, принципів і методів менеджменту.
ЗК-2. Здатність до ефективної професійної діяльності, креативного підходу до реалізації професійних функцій.	ПК – 2. Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
ЗК-3. Знання змісту, функцій, цілей та результатів професійної діяльності відповідно до її предметного змісту та практичної спрямованості.	ПК – 3. Знання закономірностей розвитку консалтингової фірми як організації та об'єкта менеджменту.
	ПК – 11. Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ЗК-4. Уміння приймати обгрунтовані рішення у складних та непередбачуваних умовах, стресових та конфліктних ситуаціях.	ПК – 6. Уміння здійснювати планування діяльності консалтингової фірми.
ЗК-6. Здатність до інноваційності в умовах невизначеності зовнішнього середовища.	ПК – 9. Знання інноваційних методів мотивації працівників та особливостей їх використання у сфері консалтингу.
ЗК-7. Здатність до дослідницької роботи, управління проектами та інноваціями.	ПК – 5. Уміння використовувати сучасні інструменти аналізу середовища консалтингової фірми.
ЗК-8. Уміння чітко та доказово формулювати власні висновки, науково обгрунтовувати їх, переконливо та недвозначно доносити власну позицію до суб'єктів бізнесу.	ПК – 11. Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ЗК-11. Уміння працювати в міжнародному середовищі, підтримувати ділові та соціокультурні зв'язки з бізнес-організаціями, партнерами, громадськістю, публічною владою, міжнародними організаціями.	ПК – 12. Знання сутності, основних елементів та етапів комунікаційного процесу в сфері консалтингу.
	ПК – 20. Знання сучасних технологій розроблення пропозицій для клієнта, проведення першої зустрічі з клієнтом.
ЗК-14. Уміння виявляти проблеми в сфері професійної діяльності, визначати нестандартні заходи стосовно їх розв'язання.	ПК – 19. Знання основних принципів клієнтського маркетингу, способів утримання, розвитку та повернення клієнтів консалтингової фірми.
ФКС – фахові компетентності за спеціальністю «Економіка»	ПК – предметні компетентності з навчальної дисципліни
ФКС-1. Здатність до системного розуміння змісту, структури та тенденцій інноваційного розвитку економіки.	ПК – 1. Знання сучасних концепцій, принципів і методів менеджменту.

ФКС-2. Уміння аналізувати обсяг, структуру, зміни та чинники розвитку попиту та пропозиції на національному та світовому ринках бізнес-консалтингу.	ПК – 4. Знання сутності та структури середовища консалтингової фірми, його основних факторів.
ФКС-3. Здатність до розуміння змісту та головних характеристик послуг бізнес-консалтингу як форми інституційного закріплення та поширення професійних знань, інформації та практичного досвіду, що є основою інноваційної підприємницької діяльності у різних галузях економіки на національному та світовому рівнях.	ПК – 2. Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
	ПК – 11. Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ФКС-4. Здатність до розуміння економіко-організаційних особливостей консалтингового бізнесу, що поєднує підприємницькі, професійні та інноваційні чинники ефективності бізнес-консалтингу, економічні та правові засади діяльності професіоналів з надання консалтингових послуг.	ПК – 3. Знання закономірностей розвитку консалтингової фірми як організації та об'єкта менеджменту.
	ПК – 8. Знання сучасних типів організаційних структур та структур управління.
ФКС-5. Уміння ефективно управляти інноваційною діяльністю консалтингової фірми як інтелектуальної організації та суб'єкта підприємництва у сфері бізнес-консалтингу.	ПК – 7. Знання базових стратегій розвитку консалтингової фірми.
	ПК – 9. Знання інноваційних методів мотивації працівників та особливостей їх використання у сфері консалтингу.
ФКС-6. Уміння застосовувати системний підхід для визначення цілей менеджменту та маркетингу послуг бізнес-консалтингу та шляхів їх досягнення.	ПК – 2. Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
	ПК – 11. Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
	ПК – 13. Знання змісту, цілей та принципів маркетингової діяльності консалтингової фірми.
ФКС-7. Здатність до професійної консультаційної діяльності на основі теоретичних знань та практичних навичок здійснення різних форм та видів інноваційного бізнес-консалтингу.	ПК – 6. Уміння здійснювати планування діяльності консалтингової фірми.
	ПК – 10. Уміння контролювати і вимірювати результати роботи персоналу консалтингової фірми.
ФКС-8. Уміння застосовувати стратегічний підхід до визначення цілей, завдань, напрямів розвитку бізнес-організацій в умовах інтернаціоналізації та глобалізації бізнесу.	ПК – 7. Знання базових стратегій розвитку консалтингової фірми.
	ПК – 11. Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ФКС-11. Здатність до розробки кадрової політики бізнес-організації, кадрових стратегій бізнесу.	ПК – 10. Уміння контролювати і вимірювати результати роботи персоналу консалтингової фірми.
ФКС-12. Уміння виявляти та створювати конкурентні переваги бізнесу на основі	ПК – 15. Навички вибору цільового сегменту та формування конкурентного

діагностики та вдосконалення системи маркетингу та продажів, оптимізації маркетингового бюджету бізнес-організації.	профілю консалтингової фірми. ПК – 18. Знання сучасних методів просування консалтингових послуг, способів оцінки їх ефективності. ПК – 20. Знання сучасних технологій розроблення пропозицій для клієнта, проведення першої зустрічі з клієнтом.
ФКС-15. Здатність до формування довіри громадськості до бізнесу та позитивних відносин між ними на основі застосування методів та технологій PR-бізнес-консалтингу.	ПК – 21. Знання етичних аспектів консультування та соціальної відповідальності консультанта.
ФКС-23. Уміння здійснювати професійні дії з надання послуг бізнес-консалтингу, спираючись на методи та технології економічної діагностики та аналітики, дані бізнес-статистики.	ПК – 17. Уміння розраховувати ціну консалтингової послуги.
ФКС-24. Здатність до ефективних комунікацій у процесі бізнес-консалтингу, формування позитивних консультант-клієнтських відносин, застосування новітніх систем збирання, аналізу та обміну інформацією.	ПК – 19. Знання основних принципів клієнтського маркетингу, способів утримання, розвитку та повернення клієнтів консалтингової фірми.
	ПК – 20. Знання сучасних технологій розроблення пропозицій для клієнта, проведення першої зустрічі з клієнтом.
ФКП – фахові компетентності за профілем (спеціалізацією) «Бізнес-консалтинг»	ПК – предметні компетентності з навчальної дисципліни
ФКП-1. Знання інноваційних теорій, моделей та методів бізнес-консалтингу.	ПК – 1. Знання сучасних концепцій, принципів і методів менеджменту.
	ПК – 3. Знання закономірностей розвитку консалтингової фірми як організації та об'єкта менеджменту.
ФКП-2. Уміння аналізувати технології консалтингового процесу, спираючись на концептуальні засади та інструментарій сучасних наукових досліджень бізнес-економіки.	ПК – 2. Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
	ПК – 11. Знання новітніх моделей та технологій менеджменту, закономірностей їх використання у консалтинговій фірмі.
ФКП-3. Здатність до формування інноваційного продуктового портфелю бізнес-консалтингу на основі сучасних підходів економічної теорії сфери послуг.	ПК – 7. Знання базових стратегій розвитку консалтингової фірми.
	ПК – 16. Знання загальних і специфічних характеристик продукту консалтингової діяльності.
ФКП-4. Уміння аналізувати цільовий ринок консалтингової фірми.	ПК – 15. Навички вибору цільового сегменту та формування конкурентного профілю консалтингової фірми.
ФКП-5. Знання ефективних організаційних форм консалтингового бізнесу.	ПК – 8. Знання сучасних типів організаційних структур та структур управління.
ФКП-6. Уміння аналізувати ресурсний	ПК – 6. Уміння здійснювати планування

потенціал інноваційного розвитку бізнес-консалтингу.	діяльності консалтингової фірми.
ФКП-9. Уміння розраховувати собівартість та ціну консалтингової послуги на основі сучасних методів калькулювання витрат та ціноутворення.	ПК – 17. Уміння розраховувати ціну консалтингової послуги.
ФКП-10. Знання принципів та методів клієнтоорієнтованого менеджменту консалтингової діяльності.	ПК – 2. Знання особливостей сучасного сервісного менеджменту та ролі менеджменту у забезпеченні ефективності й інноваційності консалтингової діяльності.
	ПК – 19. Знання основних принципів клієнтського маркетингу, способів утримання, розвитку та повернення клієнтів консалтингової фірми.
ФКП-11. Здатність до формування маркетингового комплексу бізнес-консалтингу відповідно до сучасних теорій маркетингу послуг.	ПК – 13. Знання змісту, цілей та принципів маркетингової діяльності консалтингової фірми.
	ПК – 14. Знання механізму функціонування ринку консалтингових послуг та його сучасних сегментів.
	ПК – 15. Навички вибору цільового сегменту та формування конкурентного профілю консалтингової фірми.
	ПК – 18. Знання сучасних методів просування консалтингових послуг, способів оцінки їх ефективності.
ФКП-12. Уміння організувати ефективну співпрацю з клієнтською бізнес-організацією на всіх етапах консультаційного процесу.	ПК – 12. Знання сутності, основних елементів та етапів комунікаційного процесу в сфері консалтингу.
ФКП-16. Уміння розробляти інноваційні консультаційні проекти забезпечення конкурентних переваг та конкурентоспроможності клієнтських бізнес-організацій.	ПК – 15. Навички вибору цільового сегменту та формування конкурентного профілю консалтингової фірми.
	ПК – 20. Знання сучасних технологій розроблення пропозицій для клієнта, проведення першої зустрічі з клієнтом.
ФКП-18. Знання принципів та методів діагностики конкурентного середовища клієнтських бізнес-організацій.	ПК – 5. Уміння використовувати сучасні інструменти аналізу середовища консалтингової фірми.
	ПК – 18. Знання сучасних методів просування консалтингових послуг, способів оцінки їх ефективності.

Додаток 2

Карта результатів навчання здобувача вищої освіти, сформульованих у термінах компетентностей

Шифр та назва РН за спеціальністю і / або спеціалізацією	Модуль НД	Шифр та назва РН з навчальної дисципліни
РНС – результати навчання за спеціальністю «Економіка»		Результати навчання з навчальної дисципліни
РНС-1. Застосовувати інструментарій інноваційних досліджень у процесі аналізу проблем функціонування та розвитку бізнес-організацій у період локальних та глобальних суспільних трансформацій.	№ 1	РНС НД – 1.1. Застосовувати інноваційні концепції менеджменту в управлінні консалтинговою діяльністю.
	№ 1	РНС НД – 1.3. Проводити аналіз макросередовища консалтингової фірми за допомогою моделі PESTLE.
РНС-2. Демонструвати здатність до обґрунтування інноваційних проектів розвитку бізнес-організацій на національному, регіональному та міжнародному ринках.	№ 1	РНС НД – 1.1. Застосовувати інноваційні концепції менеджменту в управлінні консалтинговою діяльністю.
	№ 1	РНС НД – 1.2. Розкрити зміст та завдання сервісного менеджменту, його роль у забезпеченні ефективності консалтингової діяльності.
РНС-3. Здійснювати реструктуризацію продуктового портфелю бізнес-організацій відповідно до новітніх тенденцій розвитку національного й світового ринку.	№ 2	РНС НД – 2.2. Розробляти рекомендації щодо напрямів спеціалізації консалтингової фірми на основі аналізу, оцінки привабливості та сегментування ринку консалтингових послуг.
	№ 2	РНС НД – 2.4. Розробляти продуктову політику консалтингової фірми з урахуванням необхідності надання консультаційним послугам ознак вимірюваності.
РНС-4. Здійснювати вибір організаційних форм діяльності, оптимальних моделей їх інноваційного розвитку.	№ 1	РНС НД – 1.6. Формулювати місію та цілі організації у консалтинговій сфері. РНС НД – 1.7. Аргументувати вибір стратегії розвитку консалтингової фірми.
РНС-5. Досліджувати ринок фірми, сильні та слабкі сторони її конкурентної позиції у певних ринкових сегментах.	№ 1	РНС НД – 1.3. Проводити аналіз макросередовища консалтингової фірми за допомогою моделі PESTLE.
	№ 1	РНС НД – 1.4. Використовувати модель «п'яти рушійних сил» М. Портера для аналізу мікросередовища консалтингової фірми. РНС НД – 1.5. Використовувати результати SWOT-аналізу консалтингової фірми для розроблення її стратегії.
РНС-6. Аналізувати ефективність менеджменту та маркетингу консалтингової фірми, її кадрової та фінансової політики.	№ 1	РНС НД – 1.8. Розробляти рекомендації щодо методів матеріальної та нематеріальної мотивації працівників консалтингової фірми.

		РНС НД – 1.9. Розробляти систему контрольних заходів та вимірювання результатів роботи персоналу консалтингової фірми.
РНС-7. Організувати ефективні внутрішньофірмові відносини, застосовуючи сучасні форми співпраці учасників господарського процесу.	№ 1	РНС НД – 1.10. Обирати оптимальні моделі керівництва консалтинговою фірмою та підлеглими. РНС НД – 1.12. Оцінювати ефективність комунікаційного процесу в сфері консалтингу.
РНС-8. Демонструвати здатність до практичного використання інноваційних методів і технологій стратегічного управління бізнесом.	№ 1	РНС НД – 1.1. Застосовувати інноваційні концепції менеджменту в управлінні консалтинговою діяльністю. РНС НД – 1.7. Аргументувати вибір стратегії розвитку консалтингової фірми.
РНС-11. Розробляти консультаційні проекти вдосконалення маркетингового комплексу бізнес-організації, виходу на нові ринки, просування нових продуктів та послуг.	№ 2	РНС НД – 2.1. Застосовувати сучасні концепції маркетингу в процесі консалтингової діяльності.
	№ 2	РНС НД – 2.2. Розробляти рекомендації щодо напрямів спеціалізації консалтингової фірми на основі аналізу, оцінки привабливості та сегментування ринку консалтингових послуг.
	№ 2	РНС НД – 2.7. Розробляти рекомендації щодо вибору методів просування консалтингового продукту.
РНС-12. Здійснювати консалтинговий цикл, що охоплює етапи діагностики ринкової позиції бізнесу та його середовища, формулювання проблеми бізнесу та вибору оптимального варіанту її розв'язання, розробки та супроводу впровадження бізнес-організацією консультаційного проекту.	№ 2	РНС НД – 2.3. Розробляти стратегію позиціонування консалтингової фірми.
	№ 2	РНС НД – 2.11. Продемонструвати розуміння етичних аспектів та соціальної відповідальності консультанта.
РНС-13. Демонструвати здатність до здійснення функцій паблік рілейшнз та ефективних комунікацій.	№ 2	РНС НД – 2.8. Оцінювати ефективність каналів просування консультаційних послуг.
	№ 2	РНС НД – 2.10. Застосовувати сучасні комунікативні технології у процесі продажу консалтингових послуг.
РНС-14. Використовувати у професійній діяльності результати статистичних досліджень, економічної діагностики та аналітики для обґрунтування ефективних проектів та рекомендацій.	№ 2	РНС НД – 2.5. Обґрунтовувати вибір цінової стратегії консалтингової фірми.
Результати навчання за профілем (спеціалізацією)		Результати навчання з навчальної дисципліни

«Бізнес-консалтинг»		
РНП-1. Охарактеризувати інноваційні концепції бізнес-консалтингу на основі сучасних методів та підходів соціально-економічних досліджень розвитку підприємницької діяльності.	№ 1	РНС НД – 1.1. Застосовувати інноваційні концепції менеджменту в управлінні консалтинговою діяльністю.
	№ 1	РНС НД – 1.2. Розкрити зміст та завдання сервісного менеджменту, його роль у забезпеченні ефективності консалтингової діяльності.
РНП-2. Розробляти інноваційні ринкові та продуктові стратегії бізнес-консалтингу.	№ 1	РНС НД – 1.7. Аргументувати вибір стратегії розвитку консалтингової фірми.
	№ 2	РНС НД – 2.4. Розробляти продуктову політику консалтингової фірми з урахуванням необхідності надання консультаційним послугам ознак вимірюваності.
РНП-3. Визначати номенклатуру та асортимент послуг бізнес-консалтингу відповідно до сучасних вимог бізнесу.	№ 2	РНС НД – 2.2. Розробляти рекомендації щодо напрямів спеціалізації консалтингової фірми на основі аналізу, оцінки привабливості та сегментування ринку консалтингових послуг.
	№ 2	РНС НД – 2.3. Розробляти стратегію позиціонування консалтингової фірми.
РНП-4. Розробляти консультаційні проекти інноваційного розвитку суб'єктів бізнес-консалтингу.	№ 1	РНС НД – 1.5. Використовувати результати SWOT-аналізу консалтингової фірми для розроблення її стратегії.
РНП-7. Систематизувати головні підходи до ціноутворення в сфері бізнес-консалтингу.	№ 2	РНС НД – 2.5. Обґрунтовувати вибір цінової стратегії консалтингової фірми.
РНП-9. Проаналізувати клієнтську базу бізнес-консалтингу.	№ 1	РНС НД – 2.10. Застосовувати сучасні комунікативні технології у процесі продажу консалтингових послуг.
РНП-11. Розробляти інноваційні методи та підходи консалтингового обслуговування бізнесу.	№ 2	РНС НД – 2.1. Застосовувати сучасні концепції маркетингу в процесі консалтингової діяльності.
РНП-12. Організувати бізнес-консультації он-лайн.	№ 2	РНС НД – 2.6. Визначати оптимальну структуру каналів дистрибуції консалтингових послуг.
		РНС НД – 2.7. Розробляти рекомендації щодо вибору методів просування консалтингового продукту.
РНП-13. Оцінювати ефективність моделей організації консультант-клієнтських відносин у процесі консалтингового обслуговування бізнес-організацій.	№ 2	РНС НД – 2.8. Оцінювати ефективність каналів просування консультаційних послуг.
РНП-19. Оцінювати ефективність заходів та методів консультаційного супроводу виходу клієнтської бізнес-організації на нові ринки та	№ 2	РНС НД – 2.2. Розробляти рекомендації щодо напрямів спеціалізації консалтингової фірми на основі аналізу, оцінки привабливості та сегментування ринку консалтингових послуг.

ринкові сегменти продуктів та послуг.		
РНП-20. Систематизувати результати дослідження діяльності клієнтських бізнес-організацій на основі методів портфельного аналізу, SWOT-аналізу, матриць Бостонської консультативної групи, McKinsey, ADL.	№ 2	РНС НД – 2.4. Розробляти продуктову політику консалтингової фірми з урахуванням необхідності надання консультаційним послугам ознак вимірюваності.
РНП-21. Розробляти консультаційні проекти з моделювання та прогнозування бізнес-процесів.	№ 1	РНС НД – 1.6. Формулювати місію та цілі організації у консалтинговій сфері.
	№ 2	РНС НД – 2.7. Розробляти рекомендації щодо вибору методів просування консалтингового продукту.

