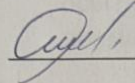


(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра економіки повітряного транспорту



УЗГОДЖЕНО
Декан ФЕБА

 Сергій СМЕРЧЕВСЬКИЙ

«01» 02 2022 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи

 Анатолій ПОЛУХІН

«02» 02 2022 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Продаж конкурентних товарів і послуг»

Освітньо-професійна програма: «Економіка підприємства»
Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність: 051 «Економіка»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	5	120 / 4,0	17	34	–	69	-	-	диф. залік 5с
Заочна	5, 6	120 / 4,0	4	8	–	108	К. ДЗ - 6с	-	диф. залік 6с

Індекс: НБ-6-051-3/21-3.7

Індекс: НБ-6-051-3 з/21-3.7

СМЯ НАУ РП 11.01.01–01–2022



Система менеджменту якості.
Робоча програма навчальної дисципліни
«Продаж конкурентних товарів і послуг»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
РП 11.01.01-01-2021

Стор. 2 із 12

Робочу програму навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Економіка підприємства», навчальних та робочих навчальних планів НБ – 6-051-3/21, НБ – 6-051-3з/21 та РБ – 6-051-3/21, РБ – 6-051-3з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 051 «Економіка» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила
/старший викладач/:

/Дуксенко О.П./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Економіка підприємства», спеціальності 051 «Економіка» – кафедри економіки повітряного транспорту, протокол № 37 від 13 травня 20 21р.

Гарант освітньо-професійної програми

/Вовк О.М./

Завідувач кафедри

/Ареф'єва О.В./

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради факультету економіки та бізнес-адміністрування, протокол № 5 від «11» 11 2021р.


Голова НМРР

/Тофанчук А.Т./

Рівень документа – 3б


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Врахований примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 3 із 12	

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	5
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	5
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни	5
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	6
2.3. Тематичний план	7
2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).....	8
2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи	8
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	9
3.1. Методи навчання	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	9
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	9
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	10

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 4 із 12	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Навчальна дисципліна «Продаж конкурентних товарів і послуг» є вибірковою дисципліною, що входить до циклу дисциплін вільного вибору студента та спрямована на отримують знань, зокрема, щодо застосування методів та прийомів оцінки продажу конкурентних товарів і послуг у сучасних умовах господарювання, що допоможуть майбутнім фахівцям-економістам у прийнятті грамотних організаційних та виробничих рішень

Метою навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг» є формування у майбутніх фахівців сукупності знань та навичок використання наукового інструментарію теорії та практики управління конкурентоспроможністю товарів і послуг у процесі його комерційної діяльності; пошук та грамотне використання конкурентних переваг підприємства на ринку; розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг в умовах ринкової економіки; обґрунтування оптимальних шляхів підвищення продажу конкурентних товарів і послуг; розробка конкурентної стратегії підприємства на внутрішньому та світовому ринках в сучасних умовах інтеграційних процесів.

Завданнями навчальної дисципліни є:


- оволодіння теоретичними основами та методикою управління конкурентоспроможністю підприємства у процесі його комерційної діяльності;
- пошук та грамотне використання конкурентних переваг товарів і послуг на певному ринку;
- розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції в умовах ринкової економіки;
- обґрунтування оптимальних шляхів підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг;
- розробка конкурентної стратегії підприємства на внутрішньому та світовому ринках в сучасних умовах інтеграційних процесів.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

У результаті вивчення дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг» студенти повинні

Знати:

- сутність та види конкурентоспроможності товарів і послуг;
- види сутність та взаємозв'язки: теорії конкуренції, конкурентних переваг на основі теорії цінностей та конкурентоздатності; економічних законів функціонування ринкових відносин; законів організації й управління; наукових підходів та принципів, методів управління різними об'єктами;
- основні прийоми та методи продажу конкурентних товарів і послуг підприємства, галузі та країни в цілому;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 5 із 12	

- основні прийоми та методи продажу конкурентних товарів і послуг як складових конкурентоспроможності підприємства;
- показники, що характеризують конкурентоспроможність товарів і послуг;
- принципи управління конкурентоспроможністю товарів і послуг;
- першочергові технічні, економічні, соціальні, психологічні, організаційні питання забезпечення конкурентоздатності об'єктів.

Вміти:

- проводити аналіз конкурентного середовища підприємства;
- досліджувати та здійснювати пошук конкурентних переваг підприємства;
- здійснювати розрахунки показників, які характеризують конкурентоспроможність підприємства;
- аналізувати розрахунки, що отримані при оцінці конкурентоспроможності підприємства;
- самостійно проводити розрахунок та аналіз конкурентоспроможності товару та послуги.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації. Здатність бути критичним і самокритичним. Здатність приймати обґрунтовані рішення. Навички міжособистісної взаємодії. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. Навички використання комунікаційних технологій. Здатність усвідомлювати свої емоції та розуміти почуття інших людей. Здатність вирішувати професійні задачі в управлінні персоналом. Здатність отримувати бажані результати за рахунок глибокого розуміння і ефективного задоволення потреб клієнтів. Здатність працювати в команді. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). Здатність до самоаналізу. Здатність приймати обґрунтовані рішення. Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудових відносин. Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.


1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Основи функціонування економіки на мікро-, макро- та мезо- рівнях», «Економічна діагностика і контролінг», «Оцінка конкурентоспроможності підприємства та кластерний аналіз», «Організаційна поведінка та бізнес-культура суб'єктів господарювання» та є базою для вивчення подальших дисциплін, а саме: «Економіка і організація інноваційної діяльності», «Проектний аналіз і оцінювання ризиків», «Планування діяльності підприємства», «Стратегія підприємства та комунікації», «Проектування розвитку економічних систем» та при написанні кваліфікаційної бакалаврської роботи.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модулів, а саме:

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 6 із 12	

– навчального модуля № 1 «Продаж конкурентних товарів і послуг»; який є логічною завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль № 1 «Продаж конкурентних товарів і послуг»

Інтегровані вимоги модуля №1:

знати: сутність та види конкурентоспроможності товарів і послуг; види сутність та взаємозв'язки: теорії конкуренції, конкурентних переваг на основі теорії цінностей та конкурентоздатності; економічних законів функціонування ринкових відносин; законів організації й управління; наукових підходів та принципів, методів управління різними об'єктами; основні прийоми та методи продажу конкурентних товарів і послуг підприємства, галузі та країни в цілому; основні прийоми та методи продажу конкурентних товарів і послуг як складових конкурентоспроможності підприємства; показники, що характеризують конкурентоспроможність товарів і послуг; принципи управління конкурентоспроможністю товарів і послуг; першочергові технічні, економічні, соціальні, психологічні, організаційні питання забезпечення конкурентоздатності об'єктів.

вміти: проводити аналіз конкурентного середовища підприємства; досліджувати та здійснювати пошук конкурентних переваг підприємства; здійснювати розрахунки показників, які характеризують конкурентоспроможність підприємства; аналізувати розрахунки, що отримані при оцінці конкурентоспроможності підприємства; самостійно проводити розрахунок та аналіз конкурентоспроможності товару (послуги), підприємства та галузі.

Тема 1. Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції.

Роль і значення філософії та інструментарію маркетингу при організації підприємництва і здійснення бізнесу. Сучасні тенденції в теорії управління продажем. Вплив змін у ринковому попиті на комерційні зв'язки. Логіка розвитку та еволюція концепцій маркетингу та продажу. Маркетинг взаємовідносин споживачів, постачальників, дистриб'юторів, партнерів. Сутність і значення управління продажем товарів та послуг в сучасній економіці.

Тема 2. Організація продажу конкурентних товарів і послуг.

Теоретико-методологічні аспекти організації продажу на підприємстві. Процес і техніка організації продажу конкурентних товарів і послуг. Напрямки підвищення ефективності роботи відділу продажу. Цілі, задачі, функції підприємства в процесі управління продажем товарів і послуг. Організація взаємовідносин з комерційними агентами. Побудова довгострокових взаємовигідних відносин між бізнес-партнерами. Методика встановлення ділових контактів.


Тема 3. Конкуренція і конкурентоспроможність як рушійна сила розвитку суспільства.

Сутність конкуренції. Сучасні підходи до вивчення конкурентоспроможності. Теорія конкурентної переваги Портера. Методологія створення і реалізації конкурентних переваг на основі теорії цінностей. Сутність конкурентної переваги. Сучасні проблеми визначення конкурентоспроможності. Теорія конкуренції Адама Сміта. Поведінкова, структурна і функціональна конкуренція.

Процеси, суб'єкти та управління конкуренції. Класифікація конкуренції за ступенем інтенсивності: приваблива, помірна, озлоблена для об'єкта конкуренції, озлоблена для суб'єкта конкуренції. Форми конкуренції: предметна, функціональна. Цінова та нецінова конкуренція.

Тема 4. Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем конкурентних товарів і послуг.

Аналіз клієнтської бази підприємства – інструмент підвищення ефективності продажу. Моніторинг задоволеності споживачів. Ідентифікація та адресація цільових груп. Управління відносинами з клієнтами – ефективний інструмент для збільшення продажу. Ділові трансакції в режимі реального часу. Мотиваційні системи та психологія продажу. Методи організації роботи

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 7 із 12	

торгового персоналу. Критерії відбору торгового персоналу. Стимулювання персоналу, зайнятого продажем.

Тема 5. Стратегія і тактика управління продажем товарів та послуг.

Фактори впливу на формування та розробку стратегії маркетингу й продажу. Процес розробки стратегії продажу. Зміст конкуренції в маркетингових каналах. Реалізація стратегії продажу. Стратегія вибору партнерів з каналу збуту. Стратегічні альянси. Формування лояльності клієнтів та концепція довічної цінності клієнтів. Бенчмаркінг і ключові компетенції компанії в управлінні продажем.

Тема 6. Прогнозування та планування продажу.

Аналіз ринкових можливостей компанії. Аналіз продажу для прийняття управлінських рішень. Методи прогнозування продажу. Прогнозування попиту за територіями. Планування збутових територій. Квотування обсягів продажу. Планування продажу продукції, товарів і послуг.

Тема 7. Управління продажем у сфері послуг.


Маркетингові засади розвитку вітчизняного ринку товарів та послуг, сучасні тенденції. Сервісне підприємство як система. Семантика та дефініції понять «продукт», «товар», «послуга». Розробка, дизайн, процес доставки послуг. *Взаємозв'язок якості та продажу послуг і планування процесу їх надання.* Використання стратегічних підходів для збалансування попиту і пропозиції на ринку товарів та послуг. Управління продажем інтелектуальних продуктів і послуг.

Тема 8. Аналіз та оцінка ефективності продажу товарів і послуг.

Оцінка розвитку і результатів діяльності маркетингового каналу. Розробка підходів проведення аналізу витрат системи продажу. Напрямки підвищення ефективності продажу.

2.3. Тематичний план.

№ пор	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)								
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання				
		Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС	Усього	Лекції	Прак. заняття	СРС	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Модуль №1 «Продаж конкурентних товарів і послуг»										
1.1.	Концептуальні засади управління продажем: сучасні тенденції.	5 семестр				5 семестр				
		14	2	2	8	15	2	-	13	
1.2.	Організація продажу конкурентних товарів і послуг.	14	2	2	8			-		
1.3.	Конкуренція і конкурентоспроможність як рушійна сила розвитку суспільства.	14	2	2	8	15	2	-	13	
1.4.	Інформаційне та процедурне забезпечення управління продажем конкурентних товарів і послуг.	14	2	2	8			-		

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021		
		Стор. 8 із 12			

1.5.	Стратегія і тактика управління продажем товарів та послуг.	14	2	2 2	8	6 семестр			
						17	-	2	15
1.6.	Прогнозування та планування продажу.	14	2	2 2	8	17	-	2	15
1.7.	Управління продажем у сфері послуг.	14	2	2 2	8	17	-	2	15
1.8.	Аналіз та оцінка ефективності продажу товарів і послуг.	15	2 1	2 2	8	15	-		15
1.9.	Модульна контрольна робота №1	7		2	5	-	-	-	-
1.10.	Підсумкова семестрова контрольна робота (ЗФН)	-	-	-		16	-	2	14
1.11.	Контрольна (домашня) роботу (ЗФН)	-	-	-		8	-	-	8
Усього за модулем №1		120	17	34	69	90	4	8	108
Усього за навчальною дисципліною		120	17	34	69	120	4	8	108

2.4. Завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).

Контрольна (домашня) робота з дисципліни виконується у шостому семестрі, відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмінь, набутих студентом у процесі засвоєння всього навчального матеріалу з дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг».

Конкретна мета ДЗ полягає у вивченні студентами сутність та види конкурентоспроможності товарів і послуг, формування у студентів системи знань, умінь і навичок щодо розробка шляхів підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг в умовах ринкової економіки.

Для успішного виконання ДЗ студент повинен **знати** основні прийоми та методи продажу конкурентних товарів і послуг як складових конкурентоспроможності підприємства; показники, що характеризують конкурентоспроможність товарів і послуг; принципи та методи управління конкурентоспроможністю товарів і послуг;

вміти використовувати уміння і навички при дослідженні та пошуку конкурентних переваг підприємства; проводити оцінку ефективності продажу товарів і послуг; економічно мислити шляхом використання методів і форм активного навчання.


Теми завдання для виконання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій, розроблених провідним викладачем кафедри.

Час, потрібний для виконання контрольної (домашньої) роботи складає 8 годин самостійної роботи.

Для студентів ЗФН – завдання для виконання розробляються автором робочої програми. Навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри, доводяться до відома студента індивідуально і виконуються відповідно до методичних рекомендацій, згідно якої номер варіанту теоретичної частини та завдання дорівнює першій цифрі індивідуального навчального плану студента.

2.5. Перелік питань для підготовки до підсумкової контрольної роботи

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до підсумкової контрольної роботи розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджуються на засіданні кафедри та доноситься до відома студентів.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 9 із 12	

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- метод проблемного викладу;
- дослідницький метод;
- дискусія;
- мозкова атака;
- метод конкретних ситуацій (КС): КС, що навчають аналізу та оцінці; КС, що навчають вирішенню проблем та прийняттю рішень; КС, що ілюструють проблему, рішення або концепцію в цілому.

Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, практичних занять, під час самостійної роботи студентів, роботи з навчальною літературою.

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1. Грущинська Н.М., Антоненко К.В., Побоченко Л.М., Кустов В.О. Конкуренція в міжнародному бізнесі: навчальний посібник/ МОН МС України, Національний авіаційний університет. – Київ: НАУ-друк, 2011. – 220 с.

3.2.2. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Підручник/ Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 320 с.

3.2.3. Должанський І. З., Загірна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / МОН МС України – Львів: Новий Світ, 2013. – 344 с.

3.2.4. Портер М. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / переклад: А. Олійник, Р. Скільський. – Київ: Основи, 2009. – 390 с.

Допоміжна література

3.2.5. Ареф'єва О.В., Бабич С.М. Стратегічні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства в цифровому економічному просторі / Ареф'єва О.В., Бабич С.М. // Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі. - Київ: ФОП Маслаков, 2019. - С. 7-14.

3.2.6. Борисюк І.О., Вовк О.М. Розвиток інтелектуального капіталу як конкурентної переваги підприємства / Борисюк І.О., Вовк О.М. // Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі. - Київ: ФОП Маслаков, 2019. - С. 94-102.


3.2.7. Дуксенко О.П. Дослідження наукових підходів до структуризації системи конкурентоспроможності потенціалу розвитку підприємства. Інфраструктура ринку: електронне наукове фахове видання. – Одеса, 2019. – № 32. – С. 64-72. Режим доступу до ресурсу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/32-2019>

3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет

3.3.1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

3.3.2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

3.3.3. Цивільний Кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 10 із 12	

3.3.4. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року №2210-III (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

3.3.5. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7.06.1996 №236/96-ВР (зі змінами та доповненнями) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

3.3.6. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014-2024 роки» від 19 вересня 2012 р. № 690-р (із змінами, внесеними згідно з Розпорядженням КМ № 1027-р від 17.12.2012) // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/690-2012-%D1%80#Text>

3.3.7. <http://business.diia.gov.ua>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАТЬ ТА ВМІНЬ

Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл.4.1.


Вид навчальної роботи	Мак кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	5 семестр	5-6 семестри
Модуль № 1 «Продаж конкурентних товарів та послуг»		
Відповіді на практичних заняттях або підготовка доповідей та презентацій	40	-
Виконання тестових завдань на знання теоретичного матеріалу під час практичних занять	40	40
Виконання контрольної (домашньої) роботи		30
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше</i>	48	–
Виконання модульної контрольної роботи №1	20	–
Виконання підсумкової семестрової контрольної роботи (ЗФН)		30
Усього за модулем №1	100	100
Усього за дисципліною	100	

Залікова рейтингова оцінка визначається (в балах та за національною шкалою) за результатами виконання всіх видів навчальної роботи протягом семестру.

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку.


4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.5. Сума підсумкової семестрової модульної та **залікової** рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

	<p>Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 11 із 12	

4.6. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./A, 87/Добре/B, 79/Добре/C, 68/Задов./D, 65/Задов./E** тощо.

4.7. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Продаж конкурентних товарів і послуг»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 11.01.01-01-2021
		Стор. 12 із 12	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				