



Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ**  
**ОП «Маркетинг»**

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ВНД-18	Економіка праці та соціально-трудова відносини	Вибіркова навчальна дисципліна	перший (бакалаврський)	3	6	5	Диф.залик

**Мова навчання:** українська.

**Форми здобуття освіти:** очна (денна), заочна.

**Види навчальних занять:** лекція, семінарське заняття, консультація.

**Методи навчання:** словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

**Оцінювання:** поточне, підсумкове.

**Загальні компетентності (ЗК):**

ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК11	Здатність працювати в команді.
ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

**Спеціальні (фахові) компетентності:**

СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

**Програмні результати навчання (ПРН):**

ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН 15	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

**Засоби діагностики успішності навчання:** теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

**Зміст курсу:** Економіка праці й соціально-трудові відносини як напрям наукових досліджень та навчальна дисципліна. Трудові ресурси та трудовий потенціал суспільства. Людський капітал. Зайнятість населення і безробіття. Ринок праці та його регулювання. Соціальне партнерство. Людський розвиток. Міжнародна організація праці. Організація праці. Регулювання робочого часу. Продуктивність і ефективність праці. Вартість робочої сили та її структура. Заробітна плата. Планування трудових показників. Аналіз, звітність і аудит у сфері праці.

**Методи навчання на лекціях:** вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

**Методи навчання на практичних, семінарських заняттях:** вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

**Методи оцінювання:** для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

**Засоби діагностики результатів навчання.** Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Підсумковий контроль передбачає проведення диференційованого заліку.

**Порядок оцінювання результатів навчання:**

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

**Рекомендована література:**

1. Азарова А.О., Нікіфорова Л.О. Економіка підприємства. Навч. посіб. – Вінниця: ВНТУ, 2016.-218 с.

2. Безродна С. М. Економіка праці і соціально-трудова відносина : збірник тестів і практичних завдань для студентів економічних спеціальностей / С. М. Безродна. – Чернівці : ПБКФ «Технодрук», 2017. – 70 с.

3. Грибан В. Г. Охорона праці: навчальний посібник / В. Г. Грибан, О. В. Негодченко. – К. : ЦУЛ, 2018. – 280 с.

4. Економіка праці і соціально-трудова відносина [Текст] : навч. посіб. / Никифорак В.А., Водянка Л.Д., Кобеля З.І., Никифорак О.Я. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2018. 332с.

5. Економіка праці й соціально-трудова відносина: навч. посіб. / І.Б Скворцов та ін.; за ред. І. Б.Скворцова. Львів, 2016. 268 с.

6. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудова відносина : навч.-метод. посібник / Н. І. Єсінова. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 189 с.

7. Комарницький І. М., Комарницька Г. О., Економіка праці та соціально-трудова відносина: підручник. Хмельницький, 2016. 423 с.

8. Хитра О. В. Управління командами : навч. посібник / О. В. Хитра. – Хмельницький : ХНУ, 2017. – 495 с

**Викладач: Костюк Валентин Романович** - кандидат економічних наук, доцент

**Гарант освітньої програми:**

**Серкутан Тетяна Вікторівна,**

кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,  
економіки, управління та адміністрування

