**МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

**Кафедра менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського**

**Факультет аграрного менеджменту**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Лектор*** | **Балановська Тетяна Іванівна, Рябчик Алла Володимирівна** |
| ***Семестр*** | **7** |
| ***Освітній ступінь*** | **Бакалавр** |
| ***Кількість кредитів ЄКТС*** | **3** |
| ***Форма контролю*** | **Екзамен** |
| ***Аудиторні години*** | **30 (16 год лекцій, 14 год практичних чи лабораторних)** |

**Загальний опис дисципліни**

У сучасних умовах високої непередбачуваності змін і постійного прискорення різноманітних процесів перед суб’єктами господарювання постає проблема пошуку адекватних способів набуття та зміцнення конкурентних переваг, виникає необхідність гнучкої їх адаптації до зовнішнього середовища у процесі досягнення цілей розвитку. У зв’язку з цим набуває особливої актуальності використання сучасних підходів до управління суб’єктами підприємницької діяльності та їх маркетингового супроводу. Від ефективного менеджменту і маркетингу значною мірою залежить життєздатність підприємництва, успіх започаткованої справи.

Метою курсу є надання студентам знань, які сприятимуть формуванню у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту та маркетингу; розуміння концептуальних основ системного управління організаціями та основних складових комплексу маркетингу; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, проведення маркетингових досліджень, прийняття адекватних управлінських рішень, створення власної справи.

**Теми лекцій:**

1. Поняття і сутність менеджменту.
2. Основи теорії прийняття управлінських рішень.
3. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство.
4. Функції менеджменту.
5. Зміст та система сучасного маркетингу.
6. Маркетингові дослідження.
7. Основні складові комплексу маркетингу.
8. Управління маркетинговою діяльністю в агробізнесі. Стратегії маркетингу

**Теми занять:**

***(семінарських, практичних, лабораторних)***

1. Поняття і сутність менеджменту.
2. Основи теорії прийняття управлінських рішень.
3. Комунікації в менеджменті. Управління групами, керівництво та лідерство.
4. Функції менеджменту.
5. Зміст та система сучасного маркетингу.
6. Маркетингові дослідження.
7. Основні складові комплексу маркетингу.