



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Менеджмент та маркетинг»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма «Економіка підприємства»

Рік навчання: 2 (скорочений термін навчання), семестр: 3

Форма навчання: денна

Кількість кредитів ЄКТС: 4

Мова викладання: українська

Лектори курсу

Драмарецька Кристина Павлівна, кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри менеджменту
ім. проф. Й.С. Завадського

Контактна інформація
лектора (e-mail)

e-mail: kristinadramarecka@gmail.com

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=903>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Менеджмент та маркетинг» відноситься до циклу дисциплін, що формує профіль майбутнього спеціаліста, озброюючи його основами теорії та практики управління та маркетингу в умовах ринкової економіки. Метою курсу є формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у сфері менеджменту та маркетингу, розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень. Завданням вивчення дисципліни є теоретична підготовка студентів з питань сутності основних понять і категорій менеджменту та маркетингу; системи методів менеджменту; змісту процесів та технології управління; основ планування, організації, мотивації та контролю діяльності; прийняття управлінських рішень; інформаційного забезпечення процесу управління; формування комунікацій та управління групами; керівництва та лідерства; ефективності управління; визначення конкурентоспроможності товару, підвищення ефективності організації та контролю маркетингової діяльності на підприємствах; творчого пошуку напрямів удосконалення маркетингової товарної та цінової політики, політики продажу та просування товарів підприємства.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
3 семестр				
Змістовий модуль 1. Менеджмент				
Тема 1. Поняття і сутність менеджменту. Розвиток науки управління.	2/2	Знати основні поняття та категорії менеджменту. Розуміти принципи і методи менеджменту. Вміти виявляти фактори	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до	10

Тема 2. Основи теорії прийняття управлінських рішень.	2/2	впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації;	семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 3. Інформація і комунікації в менеджменті.	2/2	використовувати відповідно до ситуації технології прийняття та реалізації управлінських рішень; формувати ефективні комунікації в процесі управління.		10
Тема 4. Планування в організації.	2/2	Розуміти сутність функцій менеджменту.		10
Тема 5. Організація як функція управління.	2/2	Вміти планувати діяльність організації; формувати структуру управління організації; застосовувати дієві інструменти мотивування персоналу та управлінського контролю;		10
Тема 6. Мотивація та контроль в менеджменті.	2/2	обирати та використовувати відповідно до ситуації стиль лідерства;		10
Тема 7. Управління групами, керівництво та лідерство.	2/2	визначати ефективність менеджменту.		10
Тема 8. Ефективність менеджменту.	1/1			10
Тест до модуля 1				20
Разом за змістовим модулем 1			100	
Змістовий модуль 2. Маркетинг				
Тема 1. Теоретичні основи маркетингу.	2/2	Розуміти сутність, зміст, завдання маркетингу та його сучасну концепцію; еволюцію економічних теорій як чинник виникнення маркетингу, класифікацію та характеристику маркетингу.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 2. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень.	2/2	Знати технологію проведення маркетингових досліджень.		10
Тема 3. Маркетингова товарна політика. Її сутність та структура.	2/2	Вміти розробляти пропозиції щодо впровадження та удосконалення маркетингових заходів по підвищенню показників комерційної діяльності на етапах життєвого циклу товару. Розуміти		10
Тема 4. Маркетингова цінова політика. Методи ціноутворення.	2/2			10

Тема 5. Маркетингова політика розподілу. Сутність позиціонування.	2/2	важливість проведення комунікаційної політики підприємства та вміння розробляти рекламні заходи.		10
Тема 6. Маркетингова політика комунікацій.	2/2			10
Тема 7. Визначення ефективності маркетингової діяльності.	3/3			10
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу	$0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})$ $R_{НР} = \frac{\dots}{2}$			70
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно