

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ»



|                                    |  |
|------------------------------------|--|
|                                    | <u>Фаховий молодший<br/>бакалавр</u>   |
| <b>Спеціальність</b>               | <u>274 Автомобільний<br/>транспорт</u> |
| <b>Освітня програма</b>            | <u>«Автомобільний<br/>транспорт»</u>   |
| <b>Термін викладання</b>           | <u>7-й семестр</u>                     |
| <b>Заняття:</b>                    |  |
| лекції:                            | <u>3 години</u>                        |
| практичні заняття:                 | <u>1 години</u>                        |
| <b>Вид дисципліни</b>              | <u>вибіркова</u>                       |
| <b>Форма підсумкового контролю</b> | <u>залік</u>                           |
| <b>Мова викладання</b>             | <u>українська</u>                      |



**Викладач:**  
**Колядюк Віктор Миколайович**  
Викладач вищої категорії

**Персональна сторінка**  
<https://moeld.blogspot.com//>

**E-mail:** [molder1609@gmail.com](mailto:molder1609@gmail.com)

## 1. Анотація до курсу

Робоча навчальна програма дисципліни "Основи менеджменту і маркетингу" є складовою частиною нормативно-методичного забезпечення навчального процесу для підготовки спеціалістів спеціальності 274 «Автомобільний транспорт». Зміст програми передбачає лекції, практичні завдання, самостійну роботу. Форма семестрового контролю – залік.

## 2. Мета та завдання курсу

**Метою** вивчення дисципліни є формування системи базових знань у сфері менеджменту і маркетингу, розуміння концептуальних засад системного управління організаціями; набуття вмінь розробки й прийняття управлінських рішень.

**Завданням курсу є:** вивчення основних категорій науки управління, функцій управління і процесів прийняття управлінських рішень; вивчення основних понять, систем і алгоритмів маркетингу; набуття практичних навичок розв'язання конкретних маркетингових завдань.

## 3. Результати навчання

**Компетентності**, якими повинен володіти здобувач: вміти застосовувати на практиці управління різноманітними суспільно-економічними процесами у сучасному ринковому середовищі.

Студенти повинні **знати**: науково-методичні основи менеджменту та маркетингу; функції та технології дисципліни; соціально-економічні основи навчального предмету, які сприяють керівництву колективом підприємство, організацією.

## 4. Політика курсу

Для забезпечення високої якості знань необхідно виконувати наступні умови: не пропускати навчальні заняття й не спізнюватися на них; систематично брати активну участь у освітньому процесі; чітко й вчасно виконувати навчальні завдання; брати активну участь у науково-дослідній роботі студентів; виключати мобільний телефон під час занять і під час контролю знань; вчасно виконувати і здавати завдання для самостійної роботи; відпрацьовувати пропущені заняття; дотримуватись академічної доброчесності.

## 5. Структура курсу

### ЛЕКЦІЇ

1. Розвиток теорії та практики менеджменту
2. Середовище менеджменту
3. Менеджер у соціально-економічній системі
4. Функції менеджменту
5. Прийняття рішень у менеджменті
6. Комунікації в менеджменті
7. Вплив, влада і лідерство в менеджменті
8. Стиль керівництва
9. Управління конфліктами
10. Менеджмент діловодства
11. Податковий менеджмент
12. Маркетинг та його сучасна концепція
13. Вибір цільових ринків та їх сегментування
14. Зовнішнє середовище підприємства та маркетингові дослідження ринків
15. Маркетингова товарна політика
16. Маркетингова цінова політика
17. Маркетингова політика комунікацій
18. Маркетингова політика розподілу
19. Управління маркетинговим впливом

### ПРАКТИЧНІ РОБОТИ

1. Функції менеджменту
2. Комунікації в менеджменті
3. Вплив, влада і лідерство в менеджменті
4. Стиль керівництва
5. Управління конфліктами
6. Маркетингова товарна політика
7. Маркетингова цінова політика
8. Маркетингова політика розподілу

## 6. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

Технічні засоби навчання.

Дистанційна платформа Google classroom.

## 7. Система оцінювання та вимоги

Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

| Рейтингова шкала | Інституційна шкала |
|------------------|--------------------|
| 5                | відмінно           |
| 4                | добре              |
| 3                | задовільно         |
| 2                | незадовільно       |

Здобувачі вищої освіти можуть отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

## **8. Рекомендовані джерела інформації**

1. Козирева О. В., Світлична К.С., Шуть О.Ю., Коляда Т.А.. Основи прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / О.В. Козирева,– Х.: Видавництво Іванченка І.С., 2021. – 186 с.
2. Управління персоналом. Підручник.– К.: Центручбової літератури, 2011. – 468 с.
3. Діденко В.М. Менеджмент: Підручник. - К.: Кондор, 2018. - 584с.
4. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч. посіб. – К.: Вища шк., 2014.