

Силабус курсу Основи менеджменту та маркетингу

Освітній ступінь – бакалавр

Галузь знань: 01 Освіта / Педагогіка

Спеціальність: 014.07 Середня освіта (Географія)

Освітньо-професійна програма «Середня освіта (Географія)»

Кількість кредитів – 4

Рік підготовки, семестр – 2 рік, 2 семестр

Компонент освітньої програми: вибірковий

Дні занять: згідно розкладу занять

Консультації: згідно графіку індивідуальних занять

Мова викладання: українська



Керівники курсу

к. геог.н., доц. **Флінта Наталія Іванівна**

к. геог.н., викл. **Гавришок Богдан Борисович**

Контактна
інформація

gavrok2911@tnpu.edu.ua; 0352-43-61-54

Опис дисципліни

У курсі «Основи менеджменту і маркетингу» розглядаються найважливіші, вузлові питання сучасного управління з урахуванням того, що знання з менеджменту та маркетингу створюють загальнокультурну базу вищої освіти.

Метою даного курсу є засвоєння студентами основних понять і ключових питань сучасного територіального управління, оволодіння практичними навиками. Завдання вивчення дисципліни: Ознайомлення студентів з найважливішими питаннями управління територіями; формування у студентів сучасного управлінського мислення; знайомство з сучасними теоріями управління; вироблення навиків наукового аналізу управлінських проблем; вивчення методів управління організацією і виробітку навиків їх застосування.

Навчальний контент

	Тема	Результати навчання
	Змістовий модуль 1 Теоретичні засади та функції менеджменту	
1	Тема 1. Сутність та значення менеджменту	Оволодіти теоретичними основами науки про управління, вивчити основні категорії та сфери їх застосування, функції та методи менеджменту. Знати і розуміти найважливіші поняття і закони менеджменту. Сформувати сучасне управлінське мислення, уміння приймати рішення. Знайомство з сучасними теоріями управління. Вироблення навиків наукового аналізу управлінських проблем. Вивчення методів управління організацією і виробітку навиків їх застосування.
2	Тема 2. Еволюція менеджменту	
3	Тема 3. Організації та процес менеджменту	
4	Тема 4. Функції менеджменту. Планування й ухвалення рішень	
5	Тема 5. Організування	
6	Тема 6. Мотивування	
7	Тема 7. Контролювання та регулювання	
8	Тема 8. Методи менеджменту	

Змістовий модуль 2. Основи маркетингу		
9	Тема 9. Вступ до маркетингу. Маркетингова діяльність та середовище	Знати і розуміти найважливіші поняття і закони маркетингу. Знайомство з сучасними теоріями маркетингових комунікацій. Вироблення навиків наукового аналізу маркетингових проблем. набути знань із теорії та методології маркетингу, володіти сучасними методами аналізу маркетингових рішень. Оволодіти теоретичними основами маркетингу, вивчити основні категорії та сфери їх застосування, функції та методи маркетингу.
10	Тема 10. Система маркетингових досліджень та інформації	
11	Тема 11. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку	
12	Тема 12. Конкуренція. Стратегії досягнення конкурентних переваг	
13	Тема 13. Система маркетингових комунікацій підприємства	
14	Тема 14. Розповсюдження товарів і послуг	

Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
ЗК 3	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
ЗК 5	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ЗК 6	Здатність застосовувати набуті знання в практичних ситуаціях.
ЗК 7	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ФК 18	Здатність визначати й характеризувати основні чинники розвитку світової економіки, тенденції та наслідки глобалізаційних процесів у суспільстві, особливості та форми геопросторової організації суспільства.
ФК 20	Здатність розуміти методологію пізнання економічних явищ і процесів, законів, закономірностей, рушійних сил розвитку суспільного виробництва для найбільш повного задоволення матеріальних і соціально-економічних потреб.

Літературні джерела

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. Вид. 3-тє, перероб. і допов. Київ : КНЕУ, 2015. 543 с.
2. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. К.: Знання, 2015. 332 с.
3. Гірченко Т., Дубовик О. Маркетинг : навчальний посібник. Київ: «Фірма «ІНКОС», Центр навчальної літератури, 2007. 255 с.
4. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту : підручник /Наук.ред. В.Яцура, Д. Олесевич. Львів: БаК, 2001. 624с.
5. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навчальний посібник. 2-е вид. доп. і перероб. Львів, 2003. 352с.
6. Липчук В., Дудяк А., Бугіль С. Маркетинг: основи теорії і практики : навчальний посібник / За загальною редакцією В.Липчука. Львів : Новий світ-2000»; «Магнолія плюс», 2003. 288с.
7. Мартиненко М.М. Основи менеджменту : підручник. Київ: Каравела, 2005. 496 с.
8. Міжнародний маркетинг : навчальний посібник з грифом МОНМС. / упорядники Бабічева О.І., Буряк Р.І., Боняр С.М. та інші. Суми: ТД «Папірус», 2015. 368 с.
9. Хміль Ф.І. Основи менеджменту. К.: Академвидав, 2003. 608 с.
10. Шкільняк М. М. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Крисько Ж. Л. Демків І. О. Менеджмент : навч. посіб. Тернопіль, 2017. 250 с.
11. Щербань В.М. Маркетинг : навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2016. 208 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час модульних контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час виконання лабораторних завдань на заняттях.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-8) усне опитування, тести завдання	30
Модуль 2 (теми 9-14) усне опитування, тести, завдання	30
ІНДЗ (есе)	15
Підсумковий контроль (теми 1-14) – тести, завдання	25

До Силабусу також готуються матеріали навчально-методичного комплексу:

- 1) Навчальний контент (розширений план лекцій)
- 2) Тематика та зміст лабораторних робіт
- 3) Завдання для підсумкового контролю (залікові питання)
- 4) Електронне навчання в системі MODLE