Силабус курсу
«Менеджмент і маркетинг на транспорті»

Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Освітньо-професійна програма «Професійна освіта. Транспорт»
Галузь знань 01 Освіта/Педагогіка
Спеціальність 015.38 Професійна освіта (Транспорт)
Освітня програма Логістика
Рік навчання: I, Семестр: II

Керівник курсу

ПІП К.т.н., доц. **Замора Ярослав Петрович**

Контактна інформація zamorayp@tnpu.edu.ua, +380969915462

Опис дисципліни

Розвиток ринкової економіки вимагає нового якісного підходу до підготовки спеціалістів для управління в галузі транспорту. Крім того, швидко змінюється в часі внутрішнє і зовнішнє середовище, виникають досить складні проблеми підтримки ефективності функціонування транспортних організацій, що ставлять високі вимоги до професійної підготовки менеджерів.

Програма з дисципліни "Менеджмент та маркетинг на транспорті" передбачає вивчення теорії і практики менеджменту та маркетингу: закономірностей, принципів, методів і форм управління різними типами транспортного підприємств і їх виробничими підрозділами.

Головне завдання - вивчення основ менеджменту і маркетингу на транспорті, як наукової дисципліни, в одержанні комплексу знань відносно вибору нових форм і методів керівництва під час створення цілісної, ефективної і глибокої системи управління транспортною організацією, дати студентам знання про суть, основні принципи та функції маркетингу, розгляд проблем реалізації його основних політик – товарної, цінової, розподілу та комунікації.

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетенції студентів:

1. Ціннісно-смислову компетентність (формування та розширення світогляду студента в області менеджменту, здатність до розуміння актуальності використання теорій менеджменту в управлінні діяльністю об'єктів господарювання в сфері транспорті).

2. Загальнокультурну компетентність (розуміння культурних, історичних та регіональних особливостей, що склалися в Україні та за її межами в області застосування та розвитку теоретичних підходів менеджменту).

3. Навчально-пізнавальну компетентність (формування у студента зацікавленості про стан та перспективи розвитку основних теоретико-практичних підходів менеджменту, ефективність впровадження підходів менеджменту, проблеми їх застосування на сучасному підприємстві з метою розвитку креативної складової компетентності; застосування сучасних принципів та напрямів наукової організації діяльності менеджера, здатність студента формувати цілі досліджень та, з метою їх вирішення, вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях в контексті використання сучасних теорій менеджменту в роботі транспортних підприємств України).

4. Інформаційну компетентність (розвиток вмінь студента до самостійного пошуку, аналізу, структурування та відбору потрібної інформації в галузі застосування теорій

менеджменту за допомогою сучасних та ефективних підходів менеджменту).

5. Комунікативну компетентність (розвиток у студента навичок роботи в команді шляхом реалізації групових проектів в області формування та реалізації задач менеджменту, ситуаційного аналізу стану менеджменту транспортного підприємства, заходів стимулювання збуту, розвиток креативного мислення при вирішенні поставлених завдань, навички управління командою задля досягнення поставленої мети, здатність до критики та самокритики).

6. Компетентність особистісного самовдосконалення (елементи фізичного, духовного й інтелектуального саморозвитку, навички толерантного ставлення до іншої думки при вирішенні завдання, здатність до критики та самокритики, прагнення до неперервного особистісного та професійного вдосконалення).

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- організаційну структуру, форми і методи управління на різних транспортних підприємствах та виробничих підрозділах;
- принципи, форми і методи роботи менеджера, управління людьми і працею;
- основи психології і етики ділових відносин у виробничій і управлінській діяльності.
- сутність маркетингу на транспорті, його основні положення і напрями використання маркетингової діяльності;
- зміст основних маркетингових категорій;
- основні маркетингові концепції та їх обґрунтування;
- формування маркетингових політики;
- особливості організації служби маркетингу на транспортному підприємстві;
- систему контролю за впровадженням маркетингових заходів.

Студенти повинні оволодіти навичками: управлінської діяльності у сфері виробничих відносин, організації праці трудових колективів, контролю за їх діяльністю, прийняття ефективних управлінських рішень, аргументованого вирішення конкретних ситуацій, дотримання вимог етики, культури менеджера в ділових відносинах тощо.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні вміти:

- проводити маркетингові дослідження;
- знаходити нові ринкові можливості для транспортного підприємства, що посилюють його позицію на ринку;
- проводити сегментацію ринку;
- сформувати основні напрями товарної, цінової, розподільчої, комунікаційної політики підприємства, розробляти конкретні заходи їх проведення;
- розробляти організаційну структуру служби маркетингу транспортного підприємства.

Структура курсу

Години (лек. / практ.) 30/44	**Тема**	**Результати навчання**	**Завдання**
4/4	Виробничий менеджмент	Знати: • організаційну структуру, форми і методи управління на різних транспортних підприємствах та виробничих підрозділах; • принципи, форми і методи роботи менеджера, управління людьми і працею; • основи психології і етики ділових відносин у	Теоретичні питання Практичні роботи
4/6	Організаційні структури управління, їх		Теоретичні питання Практичні

	проектування і розвиток на транспорті.	виробничій і управлінській діяльності. Вміти: • знаходити нові ринкові можливості для транспортного підприємства, що посилюють його позицію на ринку; • проводити сегментацію ринку; • сформувати основні напрями товарної, цінової, розподільчої, комунікаційної політики підприємства, розробляти конкретні заходи їх проведення;	роботи
4/6	Принципи та методи оптимізації управлінських рішень.		Теоретичні питання Практичні роботи
4/6	Кадровий менеджмент.		Теоретичні питання Практичні роботи
2/4	Сутність і напрямки транспортного маркетингу	Знати: • сутність маркетингу на транспорті, його основні положення і напрями використання маркетингової діяльності; • зміст основних маркетингових категорій; • основні маркетингові концепції та їх обґрунтування; • формування маркетингових політики; • особливості організації служби маркетингу на транспортному підприємстві; • систему контролю за впровадженням маркетингових заходів. Вміти: • проводити маркетингові дослідження; • розробляти організаційну структуру служби маркетингу транспортного підприємства.	Теоретичні питання Практичні роботи
4/6	Організація маркетингових досліджень ринку транспортних послуг		Теоретичні питання Практичні роботи
4/6	Система просування товарів і послуг. Реклама та рекламна діяльність на транспорті.		Теоретичні питання Практичні роботи
4/6	Транспортно-експедиційне обслуговування.		Теоретичні питання Практичні роботи

Літературні джерела

1. Бородкіна Н. О. Маркетинг: навч. посібник. – К.: Кондор, 2007.
2. Бутенко Н. В. Маркетинг: підручник. – К.: Атіка, 2008.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. – К.: Лібра, 2006.
4. Кузик С.П. Основи менеджменту і маркетингу: навч-метод. посібник для самост. роботи студент. – Львів.: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012.
5. Кузьмін О. Є, Мельник О. Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навч. посібник. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, 2003.
6. Кузьмін О. С., Мельник О. Г. Основи менеджменту: підручник, 2-ге вид. К.: Академвидав, 2007.
7. Котляр Ф. Маркетинг. Менеджмент /Пер. с анг; Под ред. Волковой Л.А., Коптуневского Ю.Н. − СПб: Питер, 2002. − 752 с.
8. Луцій О. П. Основи маркетингу. – К., 1998.
9. Мороз Л.А., Чухрай Н. І. Маркетинг: навч. посібник. – Львів: Інф. видавн. центр «Інтелект» Державного університету «Львівська політехніка», 1999.
10. Осовська Г.В., Осовський О. А. Менеджмент організацій: навч. посіб. − К.: Кондор,

2007
11. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент. Підручник. Тернопіль.: ”Карт - бланш” – 2005.
12. Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. Менеджмент: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007.
13. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент: підручник. – К.: Академвидав, 2007.
14. Стеченко А. Д., Дука А. П. Словник-довідник з менеджменту. – К.: Федерація профспілок України. Інститут туризму, 1999.
15. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. – К.: Академвидав, 2007.
16. Яцура В. В., Жук О. П. Менеджмент: навч. посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2008.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Закон України «Про транспорт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=232%2F94-%E2%F0

2. Правила перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0128-98

3. Інструкція про порядок виготовлення, зберігання, застосування єдиної первинної транспортної документації для перевезення вантажів автомобільним транспортом та обліку транспортної роботи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0483-96

4. Господарський кодекс України: документ 436-IV, станом на 02.04.2020 р., підстава - 240-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 -/+

5. Податковий кодекс України: Документ 2755-VI, станом на 02.04.2020р., підстава – 540-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності**: Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та заліку заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
- **Політика щодо відвідування**: Відвідування занять є обов’язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, 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 1-4)	30
Модуль 2 (теми 5-6)	30
ІНДЗ	20
Підсумковий залік	20
Разом	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	**A**	відмінно	зараховано
85-89	**B**	добре	
75-84	**C**		
64-74	**D**	задовільно	
60-64	**E**		
35-59	**FX**	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	**F**	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни