



Силабус навчальної дисципліни

«Менеджмент та маркетинг»

(назва навчальної дисципліни)

Освітньо-професійної

програми: «Менеджмент транспорту та логістики»

(назва освітньо-професійної програми)

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

(код та назва спеціальності)

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

(шифр та назва галузі знань)

Рівень освіти	Вища освіта
Освітньо-професійний/освітній ступінь	Бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Нормативна
Семестр	3
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/загальна кількість годин)	5 кредитів ЄКТС / 150 годин
Мова викладання	Українська
Оригінальність навчальної дисципліни	<p>Економічний поступ вимагає від спеціалістів всіх рівнів переосмислення усталених правил і формування нової управлінської парадигми, в центрі якої – підвищення адаптивності та ефективності діяльності економічних організацій у мінливому зовнішньому середовищі. Ключовою ланкою сучасної організації є персонал.</p> <p>За умови мінливості і багатогранності сучасного світового техніко-економічного розвитку і зростаючої конкуренції перед кожним суб'єктом господарювання постає завдання створення конкурентоспроможного товару (роботи, послуги) з метою його подальшої комерціалізації на ринку. Першочерговою і визначальною в цьому процесі є якість товару (роботи, послуги), як ключовий елемент комплексу маркетингу підприємства, від якого залежить увесь його подальший ринковий успіх. Саме тому маркетинг виступає основою діяльності будь-якого суб'єкту господарювання.</p> <p>Оптимальне поєднання кадрового і ресурсного потенціалу підприємства дозволяє досягти найбільшого ринкового успіху.</p> <p>Саме від знання майбутніми фахівцями основ управління людськими ресурсами і організації маркетингової діяльності залежить ефективність їх роботи, взаємовідносини із керівництвом та просування.</p>
Мета навчальної дисципліни	<p>Метою вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг» є ознайомлення здобувачів освіти з теоретичними основами менеджменту та маркетингу, сприяння формування управлінського та маркетингового мислення, набуття практичних навичок щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на вирішення маркетингових проблем підприємства та адаптації його діяльності завдяки маркетинговим інструментам до змін у зовнішньому середовищі.</p>
Заплановані результати навчання	<ul style="list-style-type: none"> - ПРН-3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства; - ПРН-7. Виявляти навички організаційного проектування; - ПРН-9. Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи; - ПРН-10. Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації.
Заплановані знання та вміння	<p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сутність та призначення маркетингу та менеджменту; - зміст основних понять, категорій, законів маркетингу та менеджменту; - функції, принципи і методи менеджменту, - особливості функціонування організаційних структур управління.

	<p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - науково тлумачити особливості формування і розвитку елементів системи управління і маркетингової політики підприємства, - орієнтуватися у складових маркетингового комплексу підприємства.
Навчальна логістика	<p style="text-align: center;">Зміст навчальної дисципліни:</p> <p style="text-align: center;">Розділ 1. Менеджмент</p> <p><u>Теми розділу 1.</u> Розвиток теорії і практики управління. Елементи організаційного процесу управління. Організаційні структури управління. Цілі менеджменту. Функції менеджменту. Принципи і методи менеджменту.</p> <p style="text-align: center;">Розділ 2. Маркетинг</p> <p><u>Теми розділу 2.</u> Вступ до маркетингу. Маркетингова інформаційна система. Комплексне дослідження ринку. Маркетингова товарна політика. Маркетингова цінова політика. Маркетингова збутова політика. Маркетингова політика комунікацій. Управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття.</p>
Пререквізити	«Основи економічної теорії»
Постреквізити	«Діловий протокол», «Логістика», «Організація праці менеджера», «Самоменеджмент, «Проектний аналіз», «Адміністративний менеджмент», «Операційний менеджмент», «Кадровий менеджмент», «Стратегічне управління», «Управління інноваціями»
Рекомендовані навчально-методичні матеріали для вивчення навчальної дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., Бурачек І.В. та ін. Менеджмент: Підручник / під заг. ред. Т.П. Остапчук. – Житомир: Рута, 2021. 856 с. 2. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с. 3. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. та ін. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / за ред. Н.Р. Іванечко. – Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. 4. Краснокутська Н.С., Нащекіна О.М., Замула О.В. та ін. Менеджмент: Навчальний посібник. – Харків: Друкарня «Мадрид», 2019. 231 с. 5. Лазоренко Т.В., Пермінова С.О. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування». – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с 6. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. 7. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір: підручник / За заг. ред. А.О. Старостіної. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. 484 с.
Матеріально-технічне забезпечення	Для засвоєння здобувачами вищої освіти лекційного матеріалу та практичних завдань при викладанні дисципліни застосовуються інтернет-додатки Google Classroom, Google Meet, Zoom.

<p>Семестровий контроль, критерії оцінювання</p>	<p>1. Поточний контроль результатів навчальної діяльності здобувачів вищої освіти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – роботи на аудиторних заняттях (підготовка доповідей, відповіді на теоретичні питання, розв’язання практичних ситуацій, вміння формувати власні судження щодо процесів організації маркетингової діяльності підприємства та управління соціальними системами; – результатів виконання завдань самостійної роботи здобувача вищої освіти. <p>2. Підсумковий контроль результатів навчальної діяльності здобувачів вищої освіти проводиться у формі семестрового екзамену.</p> <p>Оцінка «відмінно» виставляється за здатність генерувати нові ідеї (креативність); вміння формулювати і модифікувати нові ідеї, виявлення загальних і фахових компетентностей, програмних результатів навчання, передбачених ОПП «Менеджмент транспорту та логістики» першого бакалаврського рівня освіти; глибокі знання навчального матеріалу з навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг», що міститься в основних і додаткових рекомендованих навчально-методичних матеріалах для вивчення навчальної дисципліни. а саме, <i>знання</i>: сутності та призначення маркетингу та менеджменту; змісту основних понять, категорій, законів маркетингу та менеджменту; функцій, принципів і методів менеджменту, особливостей функціонування організаційних структур управління; <i>вміння</i>: науково тлумачити особливості формування і розвитку елементів системи управління і маркетингової політики підприємства, орієнтуватися у складових маркетингового комплексу підприємства; чітко, лаконічно, логічно послідовно відповідати на поставлені питання; самостійно користуватися джерелами інформації, приймати рішення.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється за здатність генерувати нові ідеї (креативність); формулювати і модифікувати нові ідеї, виявлення загальних і фахових компетентностей, програмних результатів навчання, передбачених ОПП «Менеджмент транспорту та логістики» першого бакалаврського рівня освіти; міцні знання навчального матеріалу з навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг», що міститься в основних і додаткових рекомендованих навчально-методичних матеріалах для вивчення навчальної дисципліни, включаючи аргументовані відповіді на поставлені питання стосовно основних категорій і положень менеджменту та маркетингу, достатнє орієнтування в навчальному матеріалі.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється за посередні знання навчального матеріалу, мало аргументовані відповіді, слабке розуміння сутності основних категорій менеджменту та маркетингу, поверхнєве орієнтування в навчальному матеріалі.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється за незнання більшої частини навчального матеріалу навчальної дисципліни «Менеджмент та маркетинг».</p>
<p>Циклова комісія</p>	<p>Менеджменту, логістики та транспортної інфраструктури</p>