

БІЛГОРОД-ДНІСТРОВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ, БУДІВНИЦТВА
ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Циклова комісія фінансово-економічних дисциплін



ЗАТВЕРДЖЕНО

Заступник директора навчальної роботи

Марина ЗАЙЧЕНКО

08 2023 р.

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг та менеджмент» III курс



Освітньо-професійний ступінь – фаховий молодший бакалавр

Спеціальність: 072 Фінанси, банківська справа та страхування

Освітньо-професійна програма Фінанси, банківська справа та страхування

Рік навчання: 3-й, семестр 5

Форма навчання: денна

Кількість кредитів ЄКТС – 2

Мова викладання – українська

Контактна інформація

викладача

(e-mail, посилання на курс в Google Classroom

Завацька Оксана Анатоліївна

zavadska86@ukr.net

<https://classroom.google.com/c/NTI3NDYxNjk5OTg0?cjc=wgofrde>

РОЗГЛЯНУТО ТА СХВАЛЕНО

Цикловою комісією

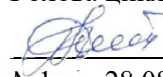
фінансово-економічних дисциплін

Білгород-Дністровського фахового коледжу

природокористування, будівництва та

комп'ютерних технологій

Голова циклової комісії

 / Світлана СТЕПОВА/(протокол №1 від 28.08. 2023р.)


ПОГОДЖЕНО

Голова групи кадрового забезпечення

освітньо-професійної програми Фінанси,

банківська справа та страхування

спеціаліст вищої категорії

 Світлана КОСТЕНКО

«__» __. 2023 р.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг та менеджмент – вибіркова дисципліна для підготовки фахівців із спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є сукупність принципів комплексного системного управління маркетинговою діяльністю на підприємстві та реалізація основних функцій маркетингу; вивчення загальних закономірностей, принципів формування, функціонування та розвитку системи управління організацією.

МЕТА І ЗАВДАННЯ

Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг та менеджмент» є формування у студентів економічного мислення, підприємницького і комерційного підходу до вирішення поставлених завдань, підготовка до роботи в умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції.

Основними завданнями вивчення дисципліни є вивчення суті та завдання маркетингу, його функцій, маркетингового середовища, етики й соціальної відповідальності у маркетингу, поведінки споживачів на ринках різних типів, системи маркетингових досліджень, сегментації, системи ціноутворення, реклами, управління каналами збуту; основних категорій науки управління як системи наукових підходів до керівництва організаціями або їх підрозділами з урахуванням факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, функцій управління і процесів розробки та прийняття управлінських рішень.

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Після вивчення дисципліни студенти повинні:

знати:

- суть та завдання маркетингу;
- чинники, які впливають на маркетингову діяльність;
- етичні норми та проблеми маркетингової діяльності;
- чинники, що впливають на процес прийняття споживачем рішень про купівлю;
- етапи маркетингових досліджень, сегментації ринку;
- процес створення нового товару та послуг, життєвий цикл;
- складники комплексу просування, види та засоби поширення реклами, стимулювання збуту;
- сутність понять «менеджмент» та «управління», об'єкт та суб'єкт менеджменту;
- елементи внутрішнього та зовнішнього середовища організацій;

- основи планування, здійснення мотивування та контролювання;
- інформаційне забезпечення процесу управління, процес комунікації;
- методи розробки і обґрунтування управлінських рішень;
- керівництво та лідерство, стилі управління;
- теорію конфліктів.

вміти:

- орієнтуватися у ринковому середовищі, виявляти та задовольняти споживчі потреби;
- визначати конкурентні переваги товару, аналізувати середовище, розробляти стратегії виходу на ринок, проводити маркетингові дослідження;
- здійснювати сегментацію ринків, створювати та управляти новими продуктами та послугами, ефективно використовувати торговельну марку та упаковку;
- вибирати канали збуту та управляти ними;
- визначати місію та цілі організації;
- визначати дію зовнішнього оточення на цілі і стратегію організації в її взаємодії з цим оточенням;
- аналізувати та будувати різні типи організаційних структур управління організацій;
- налагоджувати ефективні комунікації у процесі управління;
- застосовувати технологію розроблення, прийняття та реалізації управлінських рішень;
- виявляти взаємозв'язок керівництва, лідерства, влади та впливу, визначати стилі керівництва;
- проводити профілактику та вирішувати конфлікти;
- визначати та оцінювати ефективність менеджменту.

СТРУКТУРА КУРСУ

Вид заняття	Тема заняття	Результати навчання	Завдання	Години	Оцінювання (бали)
Лекція 1.	Суть, принципи та цілі маркетингу. Маркетингове середовище	Знати види маркетингу, принципи, методи та цілі маркетингу. Знати елементи макро- і мікросередовища, їх контрольованість підприємством	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Лекція 2.	Маркетингові дослідження та сегментація ринку	Знати види маркетингової інформації та джерела її отримання, основні способи збирання маркетингової інформації	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Практична робота 1	Проведення маркетингового дослідження	Вміти проводити маркетингове дослідження певного товару та аналізувати отримані дані	Виконати практичні завдання	2	12
Лекція 3.	Маркетингова товарна політика	Знати види товарів, їх основні атрибути, характеристики, що визначають конкурентоспроможність товару	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Практична робота 2	Створення нового товару	Вміти створювати товар з новими характеристиками, на основі виявлених проблем споживача	Виконати практичні завдання	2	12
Лекція 4.	Цінова політика. Розподіл товарів	Знати види цін та методики ціноутворення, основні стратегії ціноутворення, канали збуту товарів	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Лекція 5.	Маркетингова політика комунікацій	Знати види маркетингових комунікацій, їх особливості, види реклами, порядок проведення рекламної кампанії	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Практична робота 3	Створення власної реклами	Вміти створювати рекламу товару, враховуючи цілі, середовище, попит, обирати відповідні види реклами та інші засоби комунікації	Виконати практичні завдання	2	12
Виконання модульної контрольної роботи					34
Всього за модуль 1				16	100

Лекція 6.	Поняття і сутність менеджменту	Знати основні поняття та категорії менеджменту, функції, принципи та рівні управління	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Лекція 7.	Інформація і комунікації в менеджменті. Відповідальність та етика	Розуміти систему інформаційного забезпечення управління; роль інформації в комунікаційному процесі. Знати види та джерела інформації.	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Лекція 8.	Розробка та ухвалення управлінських рішень	Знати сутність управлінських рішень, основні теорії і підходи до прийняття управлінських рішень, концепції прийняття рішень	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Практична робота 4	Прийняття управлінських рішень	Вміти поділити управлінський процес на етапи, обґрунтувати та вибрати технологію і методи творчого пошуку й обґрунтування управлінських рішень	Виконати практичні завдання	2	12
Лекція 9.	Управління конфліктними ситуаціями.	Розуміти сутність понять конфлікти і стреси. Знати основні методи управління конфліктами й стресами, вміти їх використовувати.	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Практична робота 5	Аналіз конфліктних ситуацій	Вміти виявити причини конфліктів і стресів, адаптувати себе та членів команди до стресової ситуації, знаходити засоби до її нейтралізації	Виконати практичні завдання	2	12
Лекція 10.	Керівництво та лідерство в менеджменті	Знати зміст керівництва та лідерства. Розуміти різницю між поняттями «керівництво», «лідерство», «влада», «вплив».	Опрацювати теоретичний матеріал	2	6
Виконання модульної контрольної роботи					30
Всього за модуль 2				14	100
Разом за курс				30	100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<i>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</i>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладача за наявності поважних причин.
<i>Політика щодо академічної доброчесності:</i>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
<i>Політика щодо відвідування:</i>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин навчання може відбуватись за індивідуальним графіком (в он-лайн формі за погодженням із завідувачем відділення)

ПОРЯДОК ПЕРЕРАХУНКУ РЕЙТИНГОВИХ ПОКАЗНИКІВ НОРМОВАНОЇ 100-БАЛЬНОЇ ШКАЛИ ОЦІНЮВАННЯ В НАЦІОНАЛЬНУ ШКАЛУ ТА ШКАЛУ ЄКТС

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

За 100-бальною шкалою	За національною шкалою	
	Екзамени, диференційовані заліки	Заліки
90 – 100	Відмінно	Зараховано
85-89	Добре	
74-84		
70-73		
60-69	Задовільно	
35-59	Незадовільно	Не зараховано
1-34		

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА:

Основна література

1. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.
2. Маркетинг : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с.
3. Маркетинг: навч.посіб. для студентів спец. «Фінанси і кредит», «Облік і аудит»/А.В.Катаєв; Харків. торг.-екон. ін-тКиїв. нац. торг.-екон. ун-ту. Харків: Видавничий центр «Діалог», 2016
4. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

Допоміжна

1. Балановська Т. І., Гоголя О. П., Троян А. В. Менеджмент: навчальний посібник. Київ: ЦП «Компринт», 2017. 465 с.
2. Довгань Л.Є., Малик І.П., Мохонько Г.А., Шкробот М.В. Менеджмент організацій. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 271 с.
3. Основи менеджменту. Теорія і практика: навчальний посібник/ Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканевич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпурина, Г.П. Сиваненко, О.І. Белова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 528 с

Інформаційні ресурси

1. <http://uam.in.ua/> Українська асоціація маркетингу
2. www.adcoalition.org.ua Всеукраїнська рекламна коаліція
3. <http://marketing.web-standart.net/> Журнал «Новий маркетинг»
4. <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php> Журнал «Маркетинг в Україні»
5. <http://www.marketing.vc/> Маркетинг: огляд ринків, результати маркетингових досліджень, офіційна статистика, звіти