




**Житомирський
агротехнічний
фаховий коледж**



СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

Галузь знань	Н Сільське, лісове, рибне господарство та ветеринарна медицина	
Спеціальність	Н7 Агроінженерія	
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр	
Викладач	Мельник Оксана Павлівна	
	Посада	Викладач
	Категорія	Викладач II категорії
	Педагогічне звання	-
	Контактний тел.:	(097) 623-54-02
	E-mail	oksanak200@ukr.net
	Робоче місце	Ауд. 33
Статус дисципліни	Вибірковий компонент ОПП	
Час та місце проведення	відповідно до розкладу	
Кількість кредитів	3 кредити (90 год)	
Форма контролю	Залік	
Сторінка дисципліни в Інтернеті	Житомирський агротехнічний коледж - Освітній портал (zhatk.zt.ua)	

Пререквізити навчальної дисципліни: знання дисципліни Економічна теорія

Постреквізити: викладання дисципліни Економіка і організація аграрного виробництва.

Характеристика дисципліни

Призначення навчальної дисципліни: «*Основи менеджменту і маркетингу*» є вибірковою дисципліною спеціальної (фахової) підготовки та направлена на ознайомлення здобувачів освіти з формуванням фахових знань та вмінь стосовно управління виробничо-технічними ресурсами на підставі розкриття у виробничих проектах основних та сервісних підприємств агропромислового комплексу, які функціонують в умовах ринку, сукупної дії технологічних, технічних та організаційних чинників на їх ефективність, що уможливорює розбудову ресурсоощадних кооперованих виробничих та сервісних систем.

Метою викладання навчальної дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу» є: формування у майбутніх фахівців сучасного управлінського

мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень, набуття навичок щодо вивчення потреб ринку, його ємкості та просування на ринок відповідних видів робіт і послуг

Основні завдання навчальної дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу» є методичне – ознайомлення здобувачів ступеня вищої освіти з методикою навчання;

пізнавальне – надбання здобувачами вищої освіти знань із основних понять інженерного менеджменту;

практичне – формування вмінь та навичок щодо організації, оцінки та аналізу техніко-технологічної підсистеми підприємства.

Головна ціль предмету полягає в тому, щоб після його вивчення студент знав:

знати: знати стилі та моделі управління; сучасні підходи менеджменту, концепції менеджменту та маркетингу та переваги й обмеження їх застосування вітчизняними підприємствами знати фактори, які впливають на ціноутворення в конкретних ринкових умовах; типи та рівні каналів товароруку, переваги та недоліки основних організаційних структур служби маркетингу

вміти: дати характеристику основним представникам кожного рівня управління; орієнтуватися в сучасних підходах у менеджменті; розрізняти види менеджменту; орієнтуватися в стилях і моделях управління, вміти визначати основні напрямки дослідження ринку; виявити сильні та слабкі сторони організації; визначити зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на маркетингову діяльність

План вивчення навчальної дисципліни

№ тижня	Назва теми	Форма вивчення та кількість годин	Завдання до самостійної роботи студента (СРС)
1	2	3	4
Розділ 1. Основи менеджменту			
1	Поняття і сутність менеджменту	Лекція (2 год), СРС (4 год)	Історія виникнення менеджменту. Поняття та значення менеджменту. Сутність та типи управління.
2	Основи теорії прийняття управлінських рішень.	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Сутність та класифікація управлінських рішень. Етапи процесу прийняття управлінських рішень.
3	Методи менеджменту	Лекція (2 год), СРС (4 год)	Сутність адміністративних, економічних, соціально-психологічних методів управління.
4	Функції менеджменту	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Сутність, призначення, характеристика, класифікація і взаємозв'язок функцій менеджменту.

5	Лідерство	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Сутність та особливості керівництва. Стили керівництва. Поняття впливу та влади. Форми влади. Лідерство та його складові. Теорії лідерства
6	Комунікації в управлінні	Лекція (2 год), СРС (4 год)	Комунікаційний процес. Форми комунікацій в організаціях.
Розділ 2. Основи маркетингу			
7	Сутність маркетингу в організації	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Сучасні концепції розвитку маркетингу. Система засобів маркетингу.
8	Маркетингові дослідження	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Поняття, напрям порядок і сутність маркетингових досліджень.
9	Сегментація ринку та позиціонування товару на ринку	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Виникнення, сутність і зміст STP-маркетингу. Фактори та критерії сегментації.
10	Маркетингова товарна політика	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Сутність, структура маркетингової товарної політики. Сутність категорії «товар».
11	Маркетингова комунікаційна політика	Лекція (2 год), практичне заняття (2 год), СРС (4 год)	Фактори, що впливають на товарообіг (товарорух). Види каналів товароруху.
12	Маркетингова політика розподілу	Лекція (2 год), СРС (6 год)	Сутність і завдання маркетингової політики розподілу

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна

1. Менеджмент: Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

2. Основи менеджменту. Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.– Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с.

3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

4. Ширяєва Н.Ю. Методичні рекомендації до практичних занять та виконання індивідуальної роботи за дисципліною Основи менеджменту і маркетингу. Одеса: редакц.- видавн.відділ ОДАБА, 2024. - 32 с./ .

Додаткова

1. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент: теоретичні основи і практикум: Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. – К.: „Магнолія плюс”, Львів: „Новий світ – 2000”, 2003 . – 336с.

2. Державна система сертифікації УкрСЕПРО – К.: Держстандарт України, 1997. – 237 с.

3. Мельник І.І., Бабій В.П., Марченко В.В. Оптимізація управління машино – тракторним парком. – К.: НАУ, 2000. – 38с.

4. Менеджмент: Навчальний посібник / За ред. С.І. Михайлова. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2006 . – 416с.

5. Хомяков Л.І. Управління потенціалом підприємства: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2009. –400 с.

6. Шаповал М.І. Менеджмент якості : Підручник . – К.: Знання , 2003. – 475 с.

7. Шкільов О.В. Бізнес – план підприємства. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2000. – 38с.

Планується проведення поточного контролю під час аудиторних занять, контроль якості виконання СРС; рубіжного контролю у формі виконання контрольних модульних робіт; підсумкова атестація у формі письмового заліку.

Поточний контроль - 20%. Захист КМР - 50%. Контроль СРС - 30%.

Поточний і рубіжні контролю не менше 60%. Підсумковий контроль не менш – 30%.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	задовільно
60-63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторно складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу

Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Обов'язковість відвідування занять, активна участь в обговоренні питань, попередню підготовку до лекцій і практичних занять. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності.