

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

<i>Семестр</i>	6
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	Фаховий молодший бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Диференційований залік
<i>Аудиторні години</i>	48 (30 год. лекцій, 18 год. практичних)

Загальний опис дисципліни

Дисципліна «Основи менеджменту та маркетингу» формує теоретичні знання та практичні навички управління організаціями, сучасне управлінське мислення та розуміння ринкових механізмів. Вона охоплює функціональні основи менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль) та маркетингу (дослідження ринку, ціноутворення, збут) для прийняття конструктивних рішень.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері обліку та оподаткування або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях
Загальні компетентності	ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК7. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
Спеціальні компетентності	СК11. Здатність організовувати власну професійну діяльність, застосовувати знання для розв'язання практичних ситуацій, ухвалювати рішення відповідно до законодавства.

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

Результати навчання	РН17. Дотримуватися вимог професійної діяльності, зумовлених необхідністю забезпечення економічного розвитку України.
----------------------------	---

Теми лекцій:

1. Поняття менеджменту та особливості його розвитку як науки.
2. Методологічні основи менеджменту.
3. Планування як загальна функція менеджменту.
4. Мотивація та контроль як функції менеджменту.
5. Суть і зміст маркетингу.
6. Концепції, види та функції маркетингу.
7. Маркетингові дослідження.
8. Маркетингова товарна політика.
9. Маркетингова цінова політика.
10. Маркетингова збутова політика.

Теми практичних занять:

1. Сучасне трактування методології системного підходу.
2. Загальна характеристика бізнес планування.
3. Організаційна структура управління великими, середніми та дрібними підприємствами.
4. Контроль і вивчення результатів роботи персоналу.
5. Нормативно правова база маркетингової діяльності в Україні.
6. Специфічні риси маркетингу в Україні.
7. Розробка та маркетинг конкурентоспроможності послуг.
8. Методи ціноутворення. Зміна поточних цін.
9. Основи збутової логістики.