

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

| | |
|-------------------------------------|---|
| <i>Семестр</i> | 8 |
| <i>Освітньо-професійний ступінь</i> | Фаховий молодший бакалавр |
| <i>Кількість кредитів ЄКТС</i> | 3 |
| <i>Форма контролю</i> | Залік |
| <i>Аудиторні години</i> | 40 (20 год. лекцій, 20 год. практичних) |

Загальний опис дисципліни

Менеджмент та маркетинг є ефективним динамічним засобом реалізації механізму конкурентного ринку за рахунок прийняття найбільш кваліфікованих управлінських рішень. Спрямованість маркетингу на потреби людини дозволить виховати постійний професійний інтерес до створення в країні соціально орієнтованої економіки.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції

| | |
|-----------------------------------|---|
| Інтегральна компетентність | Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі у сфері транспортних технологій на автомобільному транспорті або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів сучасної транспортної науки на основі системного підходу та може характеризуватися певною невизначеністю умов функціонування транспортної системи; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях. |
| Загальні компетентності | ЗК6. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК7. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. |
| Спеціальні компетентності | СК16. Здатність до прийняття рішень щодо відкриття малого бізнесу на підставі законодавчих норм чинного законодавства, організувати дію системи звітності та обліку роботи об'єктів та систем автомобільного транспорту, здійснювати адміністративне діловодство, документування та управління якістю. |

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

| | |
|----------------------------|--|
| Результати навчання | РН19. Уміння планувати, організувати, управляти, реалізувати на ринку, вести облік і контроль пасажирських перевезень. |
|----------------------------|--|

Теми лекцій:

1. Система менеджменту та елементи організації й процесу управління
2. Організаційні форми і структури управління організацією
3. Процес управління та його інформаційне забезпечення
4. Функції менеджменту
5. Комунікації у менеджменті
6. Організація управлінської праці та управління персоналом
7. Сучасна концепція маркетингу

8. Маркетингові дослідження
9. Інноваційна політика маркетингу
10. Маркетингова політика просування товару
11. Розділ маркетингу у бізнес-плані

Теми занять:
(семінарських, практичних, лабораторних)

1. Суть менеджменту та умови його виникнення.
2. Структура і форма організацій, компоненти і рівні управління
3. Суть, властивості, роль, класифікація інформації в управлінні
4. Загальна характеристика функцій менеджменту. Поняття функцій управління. Підходи до класифікації функцій.
5. Поняття і загальна характеристика комунікацій.
6. Характер, зміст та особливості управлінської праці. Специфічні особливості управлінської праці
7. Концепції управління фірмою в умовах ринку.
8. Суть та етапи маркетингових досліджень.
9. . Маркетингові проблеми створення нового товару. Суть інновації.
10. Функції маркетингової політики
11. Просування товару, формування попиту. Створення позитивного іміджу товарів та фірми. Структура бізнес-плану.