

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ПІДПРИЄМСТВА

Кафедра автоматизації та електроінженерії

Спеціальність (освітня програма) 151 - Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології

Семестр	1
Освітній ступень	Бакалавр
Кількість кредитів ЄСКД	2
Форма контролю	залік
Аудиторні години	34
лекції	22
практичних	10
лабораторних	12

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Відповідно до змісту освітньої програми вивчення дисципліни спрямоване на ознайомлення студентів із підприємницькою діяльністю, що передбачає попит на товари і послуги та управляє рухом цих товарів і послуг від виробника до споживача, вивчення основних законів, принципів і методів маркетингу, головних інструментів і технологій вивчення ринку та прийняття маркетингових рішень у конкретних ситуаціях

У процесі навчання дисципліни використовуються форми контролю:

- поточний контроль: усне опитування (індивідуальне, фронтальне, групове), бесіда із залученням життєвого досвіду студентів, з'ясуванням їх особистої позиції, з урахуванням їх власної ролі в життєдіяльності коледжу; комп'ютерне тестування, виконання практичних завдань;
- підсумковий контроль: тестування.

Очікувані результати навчання з дисципліни

Здобувач вищої освіти повинен:

- вміти застосовувати методи системного аналізу, моделювання, ідентифікації та числові методи для розроблення математичних та імітаційних моделей окремих елементів та систем автоматизації в цілому, для аналізу якості їх функціонування із використанням новітніх комп'ютерних технологій.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

- здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і

технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя
- врахування комерційного та економічного контексту при проектуванні систем автоматизації.

Теми лекцій

1. Вступ. Суть і цілі маркетингу
2. Управління маркетингом
3. Маркетингові дослідження
4. Разом за змістовим модулем 1
5. Маркетингове середовище
6. Поведінка покупців на ринках
7. Сегментація ринку. Розробка товарів і послуг
8. Система ціноутворення
9. Стратегія, планування і контроль маркетингової діяльності
10. Маркетинг сервісу в формуваннях АПК
11. Міжнародний маркетинг
12. Організація служби маркетингу на підприємстві

Теми практичних занять

1. Побудова кривої попиту і пропозицій, встановлення ціни ринкової рівноваги.
2. Визначення інтегральних показників конкурентоспроможності товарів.
3. Визначення надлишків пропозицій та дефіциту товарів.
4. Розрахунок показників прибутку та збитку.
5. Розрахунок економічної ефективності застосування рекламної кампанії продукції