

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра міжнародних економічних відносин та управління проектами

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної і
навчальної роботи та рекрутації,
проф. Гаврилюк С. В. _____

Протокол № 6 від 21.03.2018 р.

ПРОГРАМА
нормативної навчальної дисципліни
МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ
підготовки бакалавра
спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та
регіональні студії»
освітньої програми «Міжнародні відносини»

Програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг» підготовки бакалавра, галузі знань 029 «Міжнародні відносини», спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», за освітньою програмою «Міжнародні відносини».

Розробник: Тоцька О. Л. – доцент кафедри менеджменту, к. е. н., доцент

Рецензент: Науменко Н. С. – доцент кафедри міжнародних економічних відносин та управління проектами, к. е. н., доцент

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин та управління проектами

протокол № 11 від 18.01.2018 р.

Завідувач кафедри: _____ (Павліха Н. В.)

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією факультету міжнародних відносин

протокол № 5 від 15.02.2018 р.

Голова науково-методичної комісії факультету: _____ (Романюк Н. І.)

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	029 «Міжнародні відносини» 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» «Міжнародні відносини» Бакалавр	Нормативна
Кількість годин/кредитів: 90/3		Рік навчання: 2
ІНДЗ: немає		Семестр: 4-ий
		Лекції: 20 год.
		Практичні: 14 год.
		Самостійна робота: 50 год.
		Консультації: 6 год.
	Форма контролю: залік	

2. АНОТАЦІЯ КУРСУ:

Студенти знайомляться із сутністю та значенням менеджменту; змістом, особливостями та класифікацією функцій менеджменту; характеристикою організацій як об'єктів управління; плануванням як загальною функцією менеджменту; змістом маркетингу; особливостями організації маркетингової діяльності; характеристикою маркетингових досліджень.

3. КОМПЕТЕНЦІЇ

До кінця навчання студенти будуть компетентними у таких питаннях:

- засвоєння нових знань про сутність і значення менеджменту;
- засвоєння нових знань про сутність, особливості та класифікації функцій менеджменту;
- засвоєння нових знань про організації як об'єкти управління;
- засвоєння нових знань про планування як загальну функцію менеджменту;
- засвоєння нових знань про суть маркетингу;
- засвоєння нових знань про організацію маркетингової діяльності;
- засвоєння нових знань про маркетингові дослідження;
- здатність розробляти бізнес-план підприємства;
- здатність працювати автономно;
- здатність організувати роботу відповідно до вимог безпеки життєдіяльності й охорони праці.

4. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Менеджмент

Тема 1. Сутність і значення менеджменту

Предмет, об'єкт і суб'єкти вивчення менеджменту. Категорії «управління» та «менеджмент». Методи дослідження в менеджменті. Менеджери та підприємці. Рівні управління. Закони, закономірності та принципи менеджменту.

Тема 2. Сутність, особливості та класифікація функцій менеджменту

Сутність і класифікація функцій менеджменту. Приклади реалізації конкретних функцій менеджменту через загальні.

Тема 3. Організації як об'єкти управління

Сутність і класифікація організацій. Колективи (групи) працівників в організації. Фактори впливу на організацію.

Тема 4. Планування як загальна функція менеджменту

Сутність і види планування. Загальна характеристика бізнес-планування.

Змістовий модуль 2. Маркетинг

Тема 5. Вступ до маркетингу

Суть, визначення, види маркетингу. Концепції маркетингового розвитку.

Тема 6. Організація маркетингової діяльності

Принципи, цілі, функції та процес управління маркетингом. Внутрішні та зовнішні фактори маркетингу. Стратегічне планування. Організаційні форми маркетингу.

Тема 7. Маркетингові дослідження

Роль дослідницької функції маркетингу. Процес маркетингового дослідження. Маркетингова інформаційна система (МІС). Оцінка ринкових можливостей фірми.

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.
Змістовий модуль 1. Менеджмент					
Тема 1. Сутність і значення менеджменту	12	2	2	7	1
Тема 2. Сутність, особливості та класифікація функцій менеджменту	12	2	2	7	1
Тема 3. Організації як об'єкти управління	12	2	2	7	1
Тема 4. Планування як загальна функція менеджменту	15	4	2	8	1
Разом за змістовим модулем 1	51	10	8	29	4
Змістовий модуль 2. Маркетинг					
Тема 5. Вступ до маркетингу	14	4	2	7	1
Тема 6. Організація маркетингової діяльності	14	4	2	7	1
Тема 7. Маркетингові дослідження	11	2	2	7	
Разом за змістовим модулем 2	39	10	6	21	2
Всього годин:	90	20	14	50	6

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

Самостійна робота передбачає:

- 1) розробку першої частини бізнес-плану «Статус, реквізити та загальна характеристика діяльності підприємства»;
- 2) розробку другої частини бізнес-плану «Характеристика продукції (товарів, робіт, послуг) та ринків збуту»;
- 3) розробку третьої частини бізнес-плану «Характеристика конкурентного середовища підприємства»;
- 4) розробку четвертої частини бізнес-плану «План маркетингової діяльності підприємства»;
- 5) розробку п'ятої частини бізнес-плану «Виробничий план діяльності підприємства».
- 6) розробку шостої частини бізнес-плану «Організаційний план діяльності підприємства».
- 7) розробку сьомої частини бізнес-плану «Фінансовий план діяльності підприємства».

7. РОЗПОДІЛ БАЛІВ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Залік виставляється за умови, якщо студент виконав усі види навчальної роботи, які визначені програмою навчальної дисципліни, та отримав не менше 60 балів. У випадку

незадовільної підсумкової оцінки, або за бажанням підвищити рейтинг, студент може добрати бали, виконавши певний вид робіт (наприклад, здати одну із тем, або перездати якусь тему, написавши підсумковий тест тощо).

Таблиця 3

Поточний контроль (маx = 40 балів)							Модульний контроль (маx = 60 балів)		Загальна кількість балів
Модуль 1							Модуль 2		
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			МКР 1	МКР 2	
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	30	30	100
6	6	5	5	6	6	6			

Шкала оцінювання

Таблиця 4

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Зараховано
82 – 89	
75 – 81	
67 – 74	
60 – 66	
1 – 59	Незараховано (з можливістю повторного складання)

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. *Белявцев М. І.* Маркетинг : навч. посіб. для ВНЗ / М. І. Белявцев. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 326 с.
2. *Буряк П. Ю.* Маркетинг : навч. посіб. / П. Ю. Буряк. – К. : Професіонал, 2005. – 320 с.
3. *Герасимчук В. Г.* Маркетинг : теорія і практика : навч. посіб. / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища шк., 1994. – 328 с.
4. *Гірченко Т. Д.* Маркетинг : навч. посіб. / Т. Д. Гірченко. – К. : ІНКОС : Центр навч. л-ри, 2007. – 256 с.
5. *Кузьмін О. Є.* Менеджмент : навч. посіб. для самост. роботи студ. / О. Є. Кузьмін. – К. : Академвидав, 2012. – 296 с.
6. *Кузьмін О. Є.* Основи менеджменту: підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 2-ге вид., випр., доп. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.
7. *Лялюк А. М.* Маркетинг : навч. посіб. для студентів ВНЗ / А. М. Лялюк. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. – 228 с.
8. Маркетинг : навч. посіб. : [для студ. ВНЗ] / С. В. Ковальчук, В. Л. Карпенко, Л. М. Коваль, Р. В. Бойко; за наук. ред. С. В. Ковальчук. – Львів : Новий Світ - 2000, 2011. – 680 с.
9. Маркетинг : підручник / за ред. А. О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1072 с.
10. Менеджмент : навч. посіб. для дистанц. навч. для студ. ВНЗ / Г. Є. Мошек, Ю. В. Поканевич, А. С. Соломко, А. В. Семенчук. – К. : Кондор, 2009. – 392 с.
11. *Мороз Л. А.* Маркетинг : підруч. для студ. ВНЗ / за ред. Л. А. Мороз. – 4-е вид. – Львів : Інтеллект-Захід, 2009. – 242 с.
12. *Пушкар Р. М.* Менеджмент: теорія та практика : підручник / Р. М. Пушкар. – 3-є вид., змін. і допов. – Тернопіль : Карт-бланш, 2005. – 488 с.
13. *Рульєв В. А.* Менеджмент : навч. посіб. : для студ. ВНЗ / В. А. Рульєв. – К. : Центр учб. л-ри, 2011. – 312 с.

14. *Скрипко Т. О.* Менеджмент : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Т. О. Скрипко. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 174 с.
15. *Соболь С. М.* Менеджмент : навч.-метод. посіб. для самот. вивч. дисципліни / С. М. Соболь. – К. : Київ. нац. екон. ун-т, 2005. – 228 с.
16. *Стадник В. В.* Менеджмент : підручник : [для студ. ВНЗ] / В. В. Стадник. – 2-е вид., випр. і допов. – К. : Академвидав, 2010. – 472 с.
17. *Яцура В. В.* Менеджмент : навч. посіб. / В. В. Яцура. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2008. – 444 с.