

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**  
**Кафедра менеджменту**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

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

**Протокол № 2 від 16.10.2019 р.**

**ПРОГРАМА**

**нормативної навчальної дисципліни**

**МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**  
**У ЛІСОВОМУ ТА САДОВО-ПАРКОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

**підготовки магістра**

**спеціальності 205 «Лісове господарство»**  
**освітньо-професійної програми «Лісове господарство»**

**спеціальності 206 «Садово-паркове господарство»**  
**освітньо-професійної програми «Садово-паркове господарство»**

**Програма навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві»** підготовки магістра, галузі знань 20 «Аграрні науки та продовольство», спеціальностей 205 «Лісове господарство», 206 «Садово-паркове господарство», за освітньо-професійними програмами «Лісове господарство», «Садово-паркове господарство».

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

**Рецензент:** Шматковська Т. О. – доцент кафедри обліку і аудиту, к. е. н., доцент

**Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри менеджменту**

протокол № 1 від 3.09.2019 р.

Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_ (Черчик Л. М.)

**Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією факультету економіки та управління**

протокол № 2 від 2.10.2019 р.

Голова науково-методичної комісії факультету: \_\_\_\_\_ (Бегун С. 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, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	20 «Аграрні науки та продовольство»  205 «Лісове господарство», 206 «Садово-паркове господарство»  «Лісове господарство», «Садово-паркове господарство»  Магістр	Нормативна
Кількість годин/кредитів: 150/5		Рік навчання: 2
ІНДЗ: немає		Семестр: 3-ий
		Лекції: 22 год.
		Практичні: 20 год.
		Самостійна робота: 98 год.
	Консультації: 10 год.	
	Форма контролю: екзамен	

Таблиця 2

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Заочна форма навчання	20 «Аграрні науки та продовольство»  205 «Лісове господарство», «Лісове господарство»  Магістр	Нормативна
Кількість годин/кредитів: 150/5		Рік навчання: 3
ІНДЗ: немає		Семестр: 5-ий
		Лекції: 10 год.
		Практичні: 10 год.
		Самостійна робота: 112 год.
	Консультації: 18 год.	
	Форма контролю: екзамен	

## 2. АНОТАЦІЯ КУРСУ:

Метою викладання навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві» є формування в студентів комплексу знань і практичних професійних навичок з менеджменту та маркетингу на підприємствах лісового та садово-паркового господарств.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у лісовому та садово-парковому господарстві» є набуття теоретичних знань і підготовка фахівців лісового та садово-паркового господарств, які володіють знаннями та навичками з менеджменту й маркетингу.

### Змістове наповнення дисципліни

#### Змістовий модуль 1. Менеджмент лісового та садово-паркового господарств

##### Тема 1. Поняття та сутність менеджменту

Предмет, об'єкт і суб'єкт менеджменту. Співвідношення категорій «управління» та «менеджмент». Організації як об'єкти управління. Організація та її середовище. Життєвий цикл організації. Менеджери та підприємці. Ролі менеджера в організації. Якості менеджера. Рівні та сфери менеджменту.

**Тема 2. Планування в організації**

Поняття «планування». Типи планів. Стратегічне планування. Поточне планування. Оперативне планування. Управління за цілями.

**Тема 3. Організація як функція менеджменту**

Сутність організаційної функції. Процес побудови організаційних структур. Оцінювання й аналіз організаційних структур управління.

**Тема 4. Мотивація як функція менеджменту**

Сутність мотивації праці персоналу. Основні теорії мотивації та межі їх застосування. Стимулювання праці як інструмент управління персоналом. Соціальна мотивація робітників.

**Тема 5. Управлінський контроль**

Сутність і види контролю на підприємстві. Процес і методи контролю. Характеристики ефективної системи контролю.

**Тема 6. Керівництво та лідерство**

Сутність та основні засади керівництва. Підходи до керівництва. Стили керівництва. Конфлікти як об'єкти керівництва. Сучасні типи ефективних лідерів.

**Змістовий модуль 2. Маркетинг лісового та садово-паркового господарств****Тема 7. Сутність, основні складові та концепції маркетингу**

Походження та сутність маркетингу. Комплекс маркетингу, основні функції маркетингу. Основні ознаки маркетингового стилю управління. Концепції маркетингу.

**Тема 8. Маркетингова товарна політика**

Маркетинговий аналіз товару. Основні маркетингові рішення по товару. Життєвий цикл товару.

**Тема 9. Маркетингова цінова політика**

Функції ціни в маркетингу. Система цін. Фактори та методи ціноутворення. Цінова еластичність попиту.

**Тема 10. Маркетингова політика розподілу**

Маркетингові канали розподілу, їх характеристики та функції. Торговельні посередники. Система взаємовідносин у каналі збуту продукції.

**Тема 11. Основи маркетингової політики комунікації**

Маркетинговий комунікаційний процес. Споживач як об'єкт маркетингового комунікаційного впливу.

**3. КОМПЕТЕНЦІЇ**

До кінця навчання студенти будуть компетентними у таких питаннях:

загальні компетентності:

- здатність діяти на основі морально-етичних міркувань (мотивів);
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність працювати автономно;
- здатність організувати роботу відповідно до вимог безпеки життєдіяльності й охорони праці;

спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- здатність бізнес-планування діяльності підприємств лісового та садово-паркового господарства;
- здатність формування маркетингової товарної політики підприємств лісового та садово-паркового господарств;
- здатність формування маркетингової цінової політики підприємств лісового та садово-паркового господарств;
- здатність формування маркетингової політики розподілу підприємств лісового та садово-паркового господарств;
- здатність формування маркетингової політики комунікації підприємств лісового та садово-паркового господарств.

#### 4. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 3

##### Інформаційний обсяг навчальної дисципліни (денна форма навчання)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.
<b>Змістовий модуль 1. Менеджмент лісового та садово-паркового господарств</b>					
Тема 1. Поняття та сутність менеджменту	14	2	2	9	1
Тема 2. Планування в організації	14	2	2	9	1
Тема 3. Організація як функція менеджменту	14	2	2	9	1
Тема 4. Мотивація як функція менеджменту	14	2	2	9	1
Тема 5. Управлінський контроль	14	2	2	9	1
Тема 6. Керівництво та лідерство	14	2	2	9	1
Разом за модулем 1	84	12	12	54	6
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг лісового та садово-паркового господарств</b>					
Тема 7. Сутність, основні складові та концепції маркетингу	14	2	2	9	1
Тема 8. Маркетингова товарна політика	14	2	2	9	1
Тема 9. Маркетингова цінова політика	14	2	2	9	1
Тема 10. Маркетингова політика розподілу	13	2	1	9	1
Тема 11. Маркетингова політики комунікації	11	2	1	8	
Разом за модулем 2	66	10	8	44	4
<b>Всього годин:</b>	<b>150</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>98</b>	<b>10</b>

Таблиця 4

##### Інформаційний обсяг навчальної дисципліни (заочна форма навчання)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.
<b>Змістовий модуль 1. Менеджмент лісового та садово-паркового господарств</b>					
Тема 1. Поняття та сутність менеджменту	13	1	1	10	1
Тема 2. Планування в організації	16	1	1	12	2
Тема 3. Організація як функція менеджменту	14	1	1	10	2
Тема 4. Мотивація як функція менеджменту	14	1	1	10	2
Тема 5. Управлінський контроль	13	1	1	10	1
Тема 6. Керівництво та лідерство	13	1	1	10	1
Разом за модулем 1	83	6	6	62	9
<b>Змістовий модуль 2. Маркетинг лісового та садово-паркового господарств</b>					
Тема 7. Сутність, основні складові та концепції маркетингу	13	1	1	10	1
Тема 8. Маркетингова товарна політика	14	1	1	10	2
Тема 9. Маркетингова цінова політика	14	1	1	10	2
Тема 10. Маркетингова політика розподілу	14	1	1	10	2
Тема 11. Маркетингова політики комунікації	12			10	2
Разом за модулем 2	67	4	4	50	9
<b>Всього годин:</b>	<b>150</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>112</b>	<b>18</b>

## 5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ

Самостійна робота передбачає виконання таких завдань:

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

## 7. РОЗПОДІЛ БАЛІВ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) студент може набрати двома способами: з урахуванням балів, набраних за результатами модульних контрольних робіт без здачі екзамену (коли набрав 75 балів і більше) та без урахування цих балів, але із здачею екзамену (коли набрав менше 75 балів).

У першому випадку поточна семестрова оцінка визначається як сума двох складових:

- 1) сумарної кількості балів за поточне оцінювання з відповідних тем (максимум 40 балів);
- 2) сумарної кількості балів за модульні контрольні роботи (максимум 60 балів).

У другому випадку (якщо студент протягом семестру набрав менше 75 балів або хоче підвищити свій рейтинг – бали за модульні контрольні роботи не враховуються) семестрова оцінка визначається як сума двох складових:

- 1) сумарної кількості балів за поточне оцінювання з відповідних тем (максимум 40 балів);
- 2) оцінки за екзамен (максимум 60 балів).

Таблиця 5

Поточний контроль (мах = 40 балів)						Модульний контроль (мах = 60 балів)					Загальна кількість балів		
Модуль 1						Модуль 2							
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			МКР 1		МКР 2					
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	T 11	30	30	100
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3			

## Шкала оцінювання

Таблиця 6

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре
67 – 74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

## 8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Кравченко В. О. Менеджмент: навч. посіб. Одеса: Атлант, 2013. 165 с.
2. Кузьмін О. Є. Менеджмент: навч. посіб. для самост. роботи студ. Київ: Академвидав, 2012. 296 с.
3. 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.
4. Навчально-методичний посібник для вивчення дисципліни «Менеджмент лісових ресурсів» студентами заочної форми навчання спеціальності «Лісове господарство» (спеціалізація «Менеджмент лісових ресурсів та лісовпорядкування»): навч.-метод. посіб. / уклад.: О. П. Павліщук, П. В. Кравець. Київ: ЦП «Компринт», 2016. 132 с.
5. Павліщук О. П., Головка А. А., Домашовець Г. С. Навчально-методичний поібник для вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг у садово-парковому господарстві» студентами освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 206 «Садово-паркове господарство» заочної форми навчання на основі повної вищої освіти. Київ: Національний університет біоресурсів і природокористування України. 2017. 236 с.
6. Павліщук О. П., Головка А. А., Домашовець Г. С. Практикум для виконання практичних та самостійних робіт з дисципліни «Менеджмент у садово-парковому господарстві» студентами освітнього ступеня «Магістр» спеціальності 206 «Садово-паркове господарство» (частина 1). Київ: Національний університет біоресурсів і природокористування України. 2017. 151 с.
7. Павліщук О. П., Кравець П. В. Менеджмент лісових ресурсів: навч. посіб. Корсунь-Шевченківський: ФОП Гавришенко В. М., 2015. 319 с.
8. Петруня Ю. Є. Петруня В. Ю. Маркетинг: навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
9. Роєнко О. А., Каричковський В. Д., Саковська О. М. Організація та планування садово-паркового господарства: навч. посіб. / за ред. О. А. Роєнка. Умань: Уманський НУС, 2013. 200 с.
10. Рудьєв В. А. Менеджмент: навч. посіб.: для студ. ВНЗ. Київ: Центр учб. л-ри, 2011. 312 с.
11. Сенько Є. І. Організація, планування та управління на підприємствах лісового і садово-паркового господарств: навч. посіб. Київ: Знання, 2012. 487 с.

## 9. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Предмет, об'єкт і суб'єкт менеджменту.
2. Співвідношення категорій «управління» та «менеджмент».
3. Організації як об'єкти управління.
4. Організація та її середовище.
5. Життєвий цикл організації.
6. Менеджери та підприємці.
7. Ролі менеджера в організації.
8. Якості менеджера.
9. Рівні та сфери менеджменту.
10. Поняття «планування».
11. Типи планів.
12. Стратегічне планування.
13. Поточне планування.
14. Оперативне планування.
15. Управління за цілями.
16. Сутність організаційної функції.
17. Процес побудови організаційних структур.
18. Оцінювання й аналіз організаційних структур управління.

19. Сутність мотивації праці персоналу.
20. Основні теорії мотивації та межі їх застосування.
21. Стимулювання праці як інструмент управління персоналом.
22. Соціальна мотивація робітників.
23. Сутність і види контролю на підприємстві.
24. Процес і методи контролю.
25. Характеристики ефективної системи контролю.
26. Сутність та основні засади керівництва.
27. Підходи до керівництва.
28. Стилi керівництва.
29. Конфлікти як об'єкти керівництва.
30. Сучасні типи ефективних лідерів.
31. Походження та сутність маркетингу.
32. Комплекс маркетингу, основні функції маркетингу.
33. Основні ознаки маркетингового стилю управління.
34. Концепції маркетингу.
35. Маркетинговий аналіз товару.
36. Основні маркетингові рішення по товару.
37. Життєвий цикл товару.
38. Функції ціни в маркетингу.
39. Система цін.
40. Фактори та методи ціноутворення.
41. Цінова еластичність попиту.
42. Маркетингові канали розподілу, їх характеристики та функції.
43. Торговельні посередники.
44. Система взаємовідносин у каналі збуту продукції.
45. Маркетинговий комунікаційний процес.
46. Споживач як об'єкт маркетингового комунікаційного впливу.