Вінницький національний технічний університет
Кафедра економіки підприємства та виробничого менеджменту,
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки

МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

(Вибірковий)

І (бакалаврський) рівень вищої освіти

Освітня програма **Всі освітні програми**

Спеціальність **Всі технічні спеціальності**

Викладач: Козловський В.О., к.е.н., проф.; Лесько О.Й., к.е.н., проф.; Небава М.І., к.е.н., проф., Бурєннікова Н.В., д.е.н., проф., Адлер О.О., к.т.н, доцент; Причепа І.В., к.е.н, доцент; Нікіфорова Л.О., к.е.н, доцент; ГлущенкоЛ.Д., к.е.н, доцент; Ратушняк О.Г., к.т.н, доцент; Руда Л.П., к.е.н, доцент; Бальзан М.В., к.е.н, доцент; Кавецький В.В., к.е.н, доцент

Мова викладання: **українська**

Семестр – 8
Кредитів ЕКТС – 3
Лекцій – 18 год.
Практичних – 18 год.
Самостійна робота – 54 год.
Вид контролю: **залік**

Метою вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетинг» є оволодіння студентами принципів та положень організації ринкової діяльності підприємства, які ґрунтуються на існуючих у народному господарстві формах власності, і на цій основі одержання ними спеціальних знань з управління та ринкової діяльності, вивчення особливостей формування структур управління, що займаються маркетинговою та управлінською діяльністю, удосконалення процесів з позицій раціонального використання трудових та матеріальних ресурсів з одночасним забезпеченням вимог споживачів в певній продукції.

Компетентності:

Загальні компетентності: 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу на відповідних рівнях. 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. 3. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності. 6. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. 7. Здатність до пошуку, оброблення та узагальнення інформації з різних джерел. 8. Здатність працювати в команді та особисто. 9. Навички міжособистісної взаємодії. 10. Здатність

розробляти та управляти проектами. 11. Навички здійснення безпечної діяльності. 12. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. 13. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності: 1. Здатність створення і оцінки бізнес-планів малих і середніх підприємств 2. Розуміння дії економічних законів в різних економічних моделях розвитку 3 Здатність до аналізу і моніторингу економічної діяльності науково-дослідних установ, дослідно-конструкторських і виробничих підприємств 4. Здатність використовувати знання із правознавства при виконанні функціональних професійних обов'язків 5. Розуміння необхідності і здатність організації безпечних умов праці 6. Володіння уміннями колективної роботи в групі 7. Володіння техніками і методами організації і менеджменту виробничих колективів 8. Здатність до професійної мобільності 9. Володіння навичками спілкування в загальному і професійному середовищах 10. Здатність до використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій

Уміти: - розробляти та управляти проектами у сфері технологій та техніки; - організовувати групову та колективну роботу.

Знати: - основні принципи, методи та інформаційні системи для розробки та управління проектами у сфері технологій та техніки.

Тематика

Тема 1. Поняття і сутність менеджменту.
Тема 2. Функції та задачі менеджменту
Тема 3. Методи менеджменту
Тема 4. Основи теорії прийняття управлінських рішень
Тема 5. Управління конфліктами, змінами та стресами
Тема 6. Керівництво та лідерство.
Тема 7. Інформація та комунікації в менеджменті
Тема 8. Сутність і поняття маркетингу
Тема 9. Маркетингові дослідження на підприємствах
Тема 10. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку
Тема 11. Аналіз попиту і пропозиції
Тема 12. Маркетингова товарна політика
Тема 13. Маркетингова цінова політика
Тема 14. Маркетингова політика комунікацій

Теми практичних занять

Тема 1. Поняття і сутність менеджменту.
Тема 2. Функції та задачі менеджменту
Тема 3. Методи менеджменту
Тема 4. Основи теорії прийняття управлінських рішень
Тема 5. Управління конфліктами, змінами та стресами
Тема 6. Керівництво та лідерство.
Тема 7. Інформація та комунікації в менеджменті

Тема 8. Сутність і поняття маркетингу
Тема 9. Маркетингові дослідження на підприємствах
Тема 10. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку
Тема 11. Аналіз попиту і пропозиції
Тема 12. Маркетингова товарна політика
Тема 13. Маркетингова цінова політика
Тема 14. Маркетингова політика комунікацій

Індивідуальні завдання

Робочим навчальним планом передбачені контрольна робота для студентів заочної форми навчання. Крім того, за рішенням кафедри студенти можуть готувати реферати з окремих тем курсу або бізнес-план, та доповіді на щорічну науково-практичну конференцію викладачів, співробітників та студентів ВНТУ.

Контроль

Поточний контроль проводиться шляхом написання колоквіумів у формі контрольної роботи або тестів.

Підсумковий контроль знань студентів проводиться шляхом складання заліку за темами, що охоплюють весь курс дисципліни. Залік може проводитись за допомогою усного опитування та/або тестів.

Оцінювання результатів навчання

Модуль	Колоквіум	Творчі завдання	Практичні заняття	Бали
I	20	10	20	50
II	20	10	20	50
Сем	40	20	40	100

Політика курсу

Викладач та всі здобувачі, що вивчають цей курс, зобов’язуються дотримуватись таких положень Кодекс етики ВНТУ , Положення про академічну доброчесність студентів та науково -педагогічних працівників ВНТУ , Положення про рейтингову систему оцінювання досягнень студентів у ВНТУ та розуміють, що за їх порушення несуть особисту відповідальність.

Базові інформаційні ресурси

1. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з вивчення дисципліни «Менеджмент та маркетинг» для студентів технічних спеціальностей. Методичні вказівки / Уклад. Ратушняк О. Г., Тарасюк Н.М.. – Вінниця: ВНТУ, 2014 – 41 с.

2. Ратушняк О. Г. Менеджмент та маркетинг. Практикум: навчальний посібник / О. Г. Ратушняк, Н. М. Тарасюк – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 120 с.
3. Небава М. І. Менеджмент організацій і адміністрування. Частина 1 : навчальний посібник / М. І. Небава, О. Г. Ратушняк. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 105 с.
4. Небава М. І. Менеджмент організацій і адміністрування. Частина 2 : навчальний посібник / М. І. Небава, О. Г. Ратушняк. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 108 с.
5. Фомичёва Л.М. Маркетинг [Текст]: учебное пособие / Л.М. Фомичёва, С.С. Железняков, М.А. Чаплыгина, Е.В. Безуглая, Юго-Зап. гос. ун-т., 2016. –202 с.
6. Бланк, И.А. Менеджмент [Текст]: учебный курс / И.А. Бланк. Киев: Ника-Центр Эльга, 2013. - 680 с.
7. Осовська Г. В. Основи менеджменту : навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів / Г. В. Осовська. — К. : «Кондор», 2003 . — 556 с.
8. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. — К. : Академ-видав, 2005. — 608 с.
9. Шегда А. В. Менеджмент : підручник/ А. В. Шегда. — К. : Знання, 2004. — 687 с.
10. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. — К. : «Академ-видав», 2003. — 416 с.
11. Ґріфін Р. Основи менеджменту : підручник / Наук. ред. В.Яцура, Д. Олесневич. — Львів : БаК, 2001. — 624 с.
12. Мартиненко М. основи менеджменту : підручник / М. Мартиненко. — К. : Каравела, 2005. — 494 с.
13. Вачевський, М. В. Маркетинг для менеджера / М. В. Вачевський. — Стрий : Просвіта, 2005. — 141 с.
14. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика: Підручник / С. М. Ілляшенко. — Суми: ВТД “Університетська книга”, 2005. — 234 с.
15. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — "ИД «Вильямс»", – 2007. – 492 с.
16. Баєва О. В. Основи менеджменту: практикум: Навч. посібник / О. В. Баєва, Н. І. Новальська, Л. О. Згалат-Лозинська. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 524 с.
17. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. — В-во ЦУЛ, 2012. — 612 с.
18. Балабанова Л. В. Маркетинг: Підручник / Л. В. Балабанова. – Донецьк: РВЦ Дон дует, 2008. – 562 с.
19. Бондар О. В. Ситуаційеий менеджмент. Навч. посібник / О. В. Бондар. — К. : Центр учбової літератури, 2012. — 388 с.
20. Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2009. - 712с.
21. Герчикова И. Н. Менеджмент. Учебник. – 4-е узд. перераб. и доп. / И. Н. Герчикова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 508 с.
22. Друкер П. Ф. Менеджмент / П. Ф. Друкер, Дж. А. Макьярелло. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2010. – 704 с.

23. Забарна Є. М. Маркетинг : підручник / Є. М. Забарна, Т. О. Окландер. — Одеса : СНПУ, 2012. — 149 с.
24. Котлер Ф. Маркеимнг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – М.: «Питер», 2012. — 586 с.
25. Кравченко А. И. История менеджмента: Учебное пособие для студентов ВУЗов / А. И. Кравченко. – М. : Академический Проект, 2010. – 352 с.
26. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 2-е вид. доп. і перероб. Львів : Нац. у-нт «Львівська політехніка», 2003. – 352 с.
27. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник / Я. В. Литвиненко. – В-во «Знання», 2010. – 294 с.
28. Мельник П. В. Менеджмент. Навчальний посібник / П. В. Мельник, М. М. Філоненко, Л. П. Гацька. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2010. – 154с.
29. Осовська Г. В. Основи менеджменту. Підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – Видання 3-є, перероблене і доповнене. К.: Кондор , 2008. – 664 с.
30. Пушкар Р. М. Менеджмент: теорія та практика. Підручник / Р. М. Пушкар, Н. П. Тарнавська. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Карт-бланш, 2005.–486 с.
31. Рульєв В. А. Менеджмент. Навчальний посібник / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич — К.: Центр учбової літератури, 2011. - 312 с.
32. Пирадова, Н. Оценка конкурентоспособности продукции [Текст] / Н. Пирадова, Е. Табачный // Маркетинг. – 2014. - № 1. – С.133-141.
33. Травин, В.В. Менеджмент персонала предприятия [Текст]: учебное пособие / В.В.Травин, В.А. Дятлов. – М.: Дело, 2013. – 272 с.
34. Гевко І. Б. Методи прийняття управлінських рішень : підручник / І. Б. Гевко. – К. : Кондор, 2009. – 187 с.
35. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник / В. О. Козловський. – Вінниця: ВНТУ, 2007. — 210с.
36. Козловський В. О. Бізнес-планування. Навчальний посібник / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця: ВНТУ, 2005. — 189с.
37. Козловський В. О. Інноваційний менеджмент. Практикум / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця: ВНТУ, 2006. – 166с.
38. Пилчер, Т. Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности компании [Текст] / Т.Пилчер // Европейское качество. Дайджест. – 2015. - № 1. - С.41-45.