МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

вибіркові дисципліни

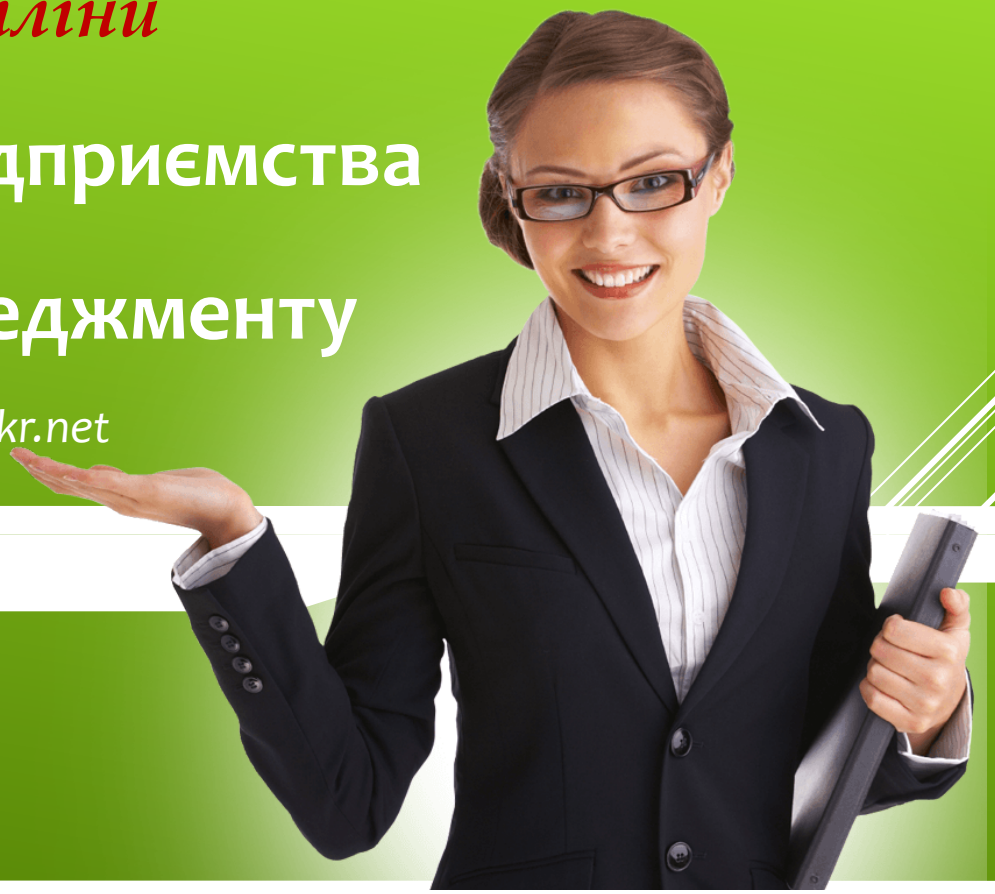
кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту

Ауд. 2402, e-mail: epvm@ukr.net

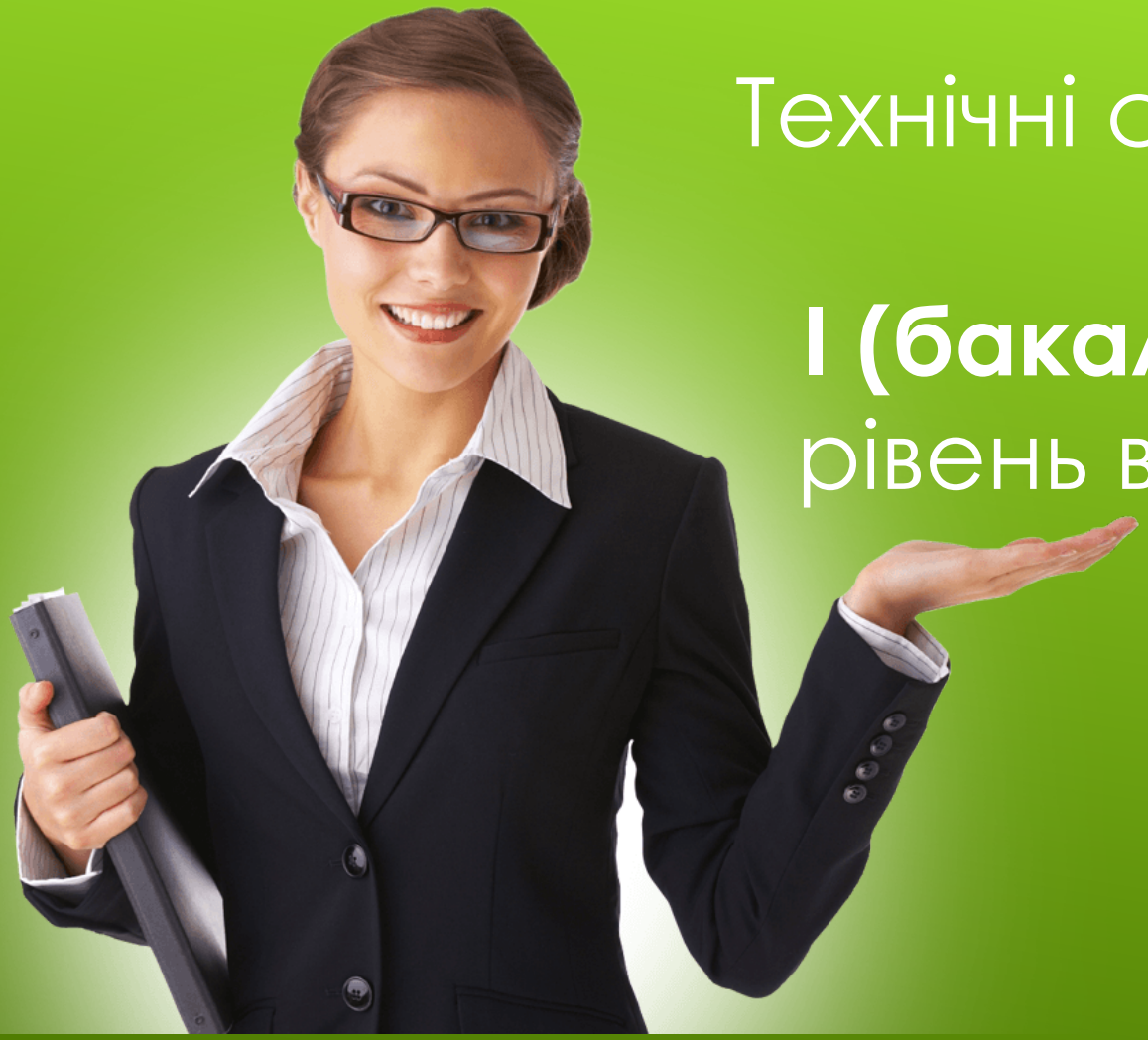








4 курс



Технічні спеціальності

І (бакалаврський)
рівень вищої освіти

4 курс

1. Менеджмент та маркетинг
2. Дослідження ринку та організація власної справи
3. Підприємництво
4. Інноваційний менеджмент



1 Менеджмент та маркетинг

Обсяг – 3 кредитів, 90 годин, в т.ч. лекцій – 18 год., практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 54 год.

Предметом вивчення дисципліни є: загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи **управління** організацією; загальні закономірності розвитку **маркетингу** в ринкових умовах.

Період навчання – 4 курс, 8 сем

Підсумкова форма контролю – залік

МЕТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

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.



1

Менеджмент та маркетинг

КОМПЕТЕНТНОСТІ

Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Здатність розробляти та управляти проектами.

Здатність працювати в команді.

Студенти повинні знати та вміти:

Володіння техніками і методами організації і менеджменту виробничих колективів

Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Здатність створення і оцінки бізнес-планів малих і середніх підприємств

Володіння навичками спілкування в загальному і професійному середовищах

Менеджмент та маркетинг



ЗНАТИ та ВМІТИ

Знати

- **з розділу менеджмент** — сутність, механізм та особливості ефективної системи управління організаціями; шляхи здійснення управлінських функцій, а також методи обґрунтування управлінських рішень;
- **з розділу маркетинг** – місце маркетингу в структурі управління та функціонування підприємства; процес управління маркетингом; основи формування попиту на товари; види попиту та їх вплив на розробку маркетингової стратегії підприємства; сегментацію ринку товарів (послуг); вплив етапу розвитку товару на поведінку виробника; способи вивчення продукції та поведінки конкурентів; основи ціноутворення та цінову політику підприємства, особливості збуту продукції та роль посередників на ринку; основи організації реклами засобів виробництва

Вміти

логічно та послідовно викласти засвоєний ним матеріал, використовувати під час відповіді карти, схеми, діаграми та інші унаочнення, робити самостійні науково обґрунтовані висновки та узагальнення щодо роботи підприємства, оцінювати роботу підприємства з врахуванням знань менеджменту та маркетингу.

1 **Менеджмент та маркетинг**

Навчально-методичне, інформаційне та кадрове забезпечення

- Лекційний матеріал дисципліни забезпечено мультимедійними презентаціями в Power Point
- Робочий зошит з методичними рекомендаціями і завданнями для проведення практичних занять
- Методичні рекомендації і завдання для виконання самостійної та індивідуальної роботи
- Модульне on-line тестування
- Робоча навчальна програма



Кадрове забезпечення –
к.т.н., доцент Ратушняк О. Г.,
к.е.н., доцент Кавецький В. В.



ОСНОВНІ ТЕМИ ЛЕКЦІЙНОГО КУРСУ

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



2 Дослідження ринку та організація власної справи

Предметом вивчення дисципліни є:
Організація та планування своєї самостійної діяльності в сфері бізнесу, виробництва, послуг, підприємництва, фінансової діяльності

Період навчання – 4 курс, 8 семестр

Обсяг – 3 кредитів, 90 годин, в т.ч. лекцій – 18 год., практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 54 год.

Підсумкова форма контролю – залік

Мета вивчення дисципліни
надати системний характер знань і навичок, необхідних для планування самостійної діяльності в сфері бізнесу, виробництва, послуг, підприємництва, тощо та надати базові знання для підготовки власної справи



Дослідження ринку та організація власної справи

КОМПЕТЕНТНОСТІ



- Здатність розв'язувати задачі та практичні проблеми у сфері управління
- Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. Здатність діяти відповідально та свідомо.
- Здатність оволодіти навичками щодо збирання, опрацювання,узагальнення та аналізу інформації.
- Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері виробництва та підприємництва з урахуванням ризиків.
- Здатність проводити маркетингові дослідження, визначати попит на продукцію, конкурентос-проможність продукції, розробляти цінову політику та політику розподілу і просування продукції.

Дослідження ринку та організація власної справи

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Вміти використовувати базові знання з підприємництва й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу.
Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань в різних практичних ситуаціях підприємницької діяльності.

Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва для подальшого використання на практиці.
Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких структур.



Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур.
Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких структур з урахуванням ризиків.

Дослідження ринку та організація власної справи

Навчально-методичне, інформаційне та кадрове забезпечення

Навчально-методичне та інформаційне забезпечення

- **Лекційний матеріал**
- Методичні рекомендації і завдання для проведення практичних занять
- Методичні рекомендації і завдання для виконання самостійної та індивідуальної роботи
- **Модульні завдання**
- **Робоча навчальна програма**



Кадрове забезпечення
Проф. Козловський В.О.



Дослідження ринку та організація власної справи

ОСНОВНІ ТЕМИ ЛЕКЦІЙНОГО КУРСУ



1. Бізнес-план: суть, ознаки, функції, значення.
2. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану.
3. Початкова стадія розробки бізнес-плану.
4. Підготовча стадія розробки бізнес-плану.
5. Розробка розділу «Галузь, підприємство та його продукція».
6. Розробка розділу «Дослідження ринку».

7. Маркетинг-план.
8. Виробничий план.
9. Організаційний план.
10. Оцінка ризиків.
11. Фінансовий план.
12. Презентація бізнес-плану.
13. Підготовка документів започаткування ведення бізнесу.



3

Підприємництво

Період навчання – 4 курс, 8 семестр

Підсумкова форма контролю – залік

Обсяг – 3 кредитів, 90 годин, в т.ч. лекцій – 18 год., практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 54 год.

Мета вивчення дисципліни

надбання студентами основних теоретичних положень з організації підприємницької діяльності в Україні, отримання практичних навичок вирішення актуальних підприємницьких питань, з якими може зіткнутись підприємець, або менеджер у процесі здійснення підприємницької діяльності

Предметом вивчення дисципліни є: особливості та закономірності створення функціонування та розвитку підприємств у різних сферах підприємницької діяльності, а також закономірності прояву та особливості використання соціокультурних компонент у процесі підприємницької діяльності та ділової взаємодії

КОМПЕТЕНТНОСТІ



Формування абстрактного мислення, аналізу і синтезу. Застосування знань у практичних ситуаціях.

Використання інформаційних і комунікаційних технологій. Генерування нових ідей (креативність).

Здатність визначити та описувати характеристики підприємства. Здатність аналізувати результати діяльності підприємства. Здатність визначати перспективи розвитку підприємства.

Здатність планувати діяльність підприємством та управляти часом. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію

Здатність оцінювати виконані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Знати

основні етапи становлення та розвитку відносин бізнесу; сутність підприємництва; форми і види підприємницької діяльності та їх характеристику; основні кроки підготовки до започаткування власної справи; порядок розробки комерційної ідеї та вибір виду діяльності; джерела фінансування бізнесу; основні форми реєстрації суб'єктів підприємництва, склад та зміст установчих документів; сутність та чинники виникнення ризику в підприємницькій діяльності; шляхи мінімізації підприємницького ризику.



Вміти

складати установчі документи для реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності; здійснювати розробку та реєстрацію знаків для товарів і послуг; розробляти бренди „просування" товарних знаків; розробляти комерційну ідею та оцінювати її ефективність; вибирати оптимальне місце розташування майбутнього підприємства; визначати величину капіталу, необхідного для початку підприємницької діяльності.

3

Підприємництво

Навчально-методичне, інформаційне та кадрове забезпечення

1. Лекційний матеріал
2. Методичні рекомендації і завдання для проведення практичних занять
3. Методичні рекомендації і завдання для виконання самостійної та індивідуальної роботи
4. Модульні завдання
5. Робоча навчальна програма

к.е.н., доц. Руда Л.П.



ОСНОВНІ ТЕМИ ЛЕКЦІЙНОГО КУРСУ

1. Сутність бізнесу та підприємництва. Загальні відомості про бізнес
2. Підприємництво
3. Форми, види та функції сучасного підприємництва
4. Підготовчий етап в підприємництві
5. Правила підприємництва
6. Розробка комерційної ідеї
7. Початок підприємництва
8. Підприємство як основна форма підприємництва
9. Інфраструктура сучасного підприємництва
10. Ризики в підприємницькій діяльності



4 Інноваційний менеджмент

Період навчання – 4 курс, 8 семестр

Підсумкова форма контролю – залік

Обсяг – 3 кредитів, 90 годин, в т.ч. лекцій – 18 год., практичні заняття – 18 год., самостійна робота – 54 год.

Предметом вивчення дисципліни є:

сукупність форм та методів управління інноваційними процесами, а також взаємодії організаційних структур та персоналу при цьому.

Мета вивчення дисципліни

є формування у студентів системи знань та навичок, які необхідні у професійній діяльності стосовно прогресивного інноваційного розвитку та інноваційної діяльності, навчити самостійно впроваджувати у виробництво нововведення різної радикальності та новизни, а також є оволодіння сучасними теоретичними основами та практичними навичками управління інноваційною діяльністю підприємства.



КОМПЕТЕНТНОСТІ

- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Здатність визначити та описувати характеристики організації.
- Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
- Здатність визначати перспективи розвитку організації.
- Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.
- Здатність управляти організацію та її підрозділами через реалізацію функції менеджменту.
- Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
- Здатність оцінювати виконані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.
- Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ЗНАТИ

основні законодавчі акти з питань інноваційної діяльності; теоретичні основи інноваційного менеджменту; принципи формування та реалізації державної інноваційної політики; обґрунтування реалізації інноваційних проектів; мотиви поведінки та форми взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності в ринкових умовах.

ВМІТИ

використовувати теоретичні знання на практиці від прогнозування можливих нововведень до їхнього комерційного використання в підприємницьких структурах: правильно орієнтуватися в напрямах підвищення конкурентоспроможності підприємства на інноваційній основі; обирати джерела інвестування інновацій і шляхи ефективного використання інвестицій; взаємодіяти з усіма суб'єктами інноваційної діяльності, відповідно до конкретних умов здійснення інноваційних проектів і методів партнерства.

4 Інноваційний менеджмент

Навчально-методичне, інформаційне та кадрове забезпечення

Навчально-методичне та інформаційне забезпечення

- **Лекційний матеріал**
- Методичні рекомендації і завдання для проведення практичних занять
- Методичні рекомендації і завдання для виконання самостійної та індивідуальної роботи
- **Модульні завдання**
- **Робоча навчальна програма**



Кадрове забезпечення

Проф. Козловський В.О.,
Доцент. Ратушняк О. Г.,
Доцент. Кавецький В. В.



4 Інноваційний менеджмент

ОСНОВНІ ТЕМИ ЛЕКЦІЙНОГО КУРСУ:

Тема 1. Сутність понять управління інноваціями
Тема 2. Інноваційна діяльність як об'єкт управління
Тема 3. Державна підтримка інноваційних процесів
Тема 4. Організаційні форми інноваційної діяльності
Тема 5. Управління інноваційним розвитком організації
Тема 6. Управління інноваційним проектом
Тема 7. Оцінювання ефективності інноваційної діяльності організації
Тема 8. Інтелектуальний капітал та інтелектуальна власність підприємства





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

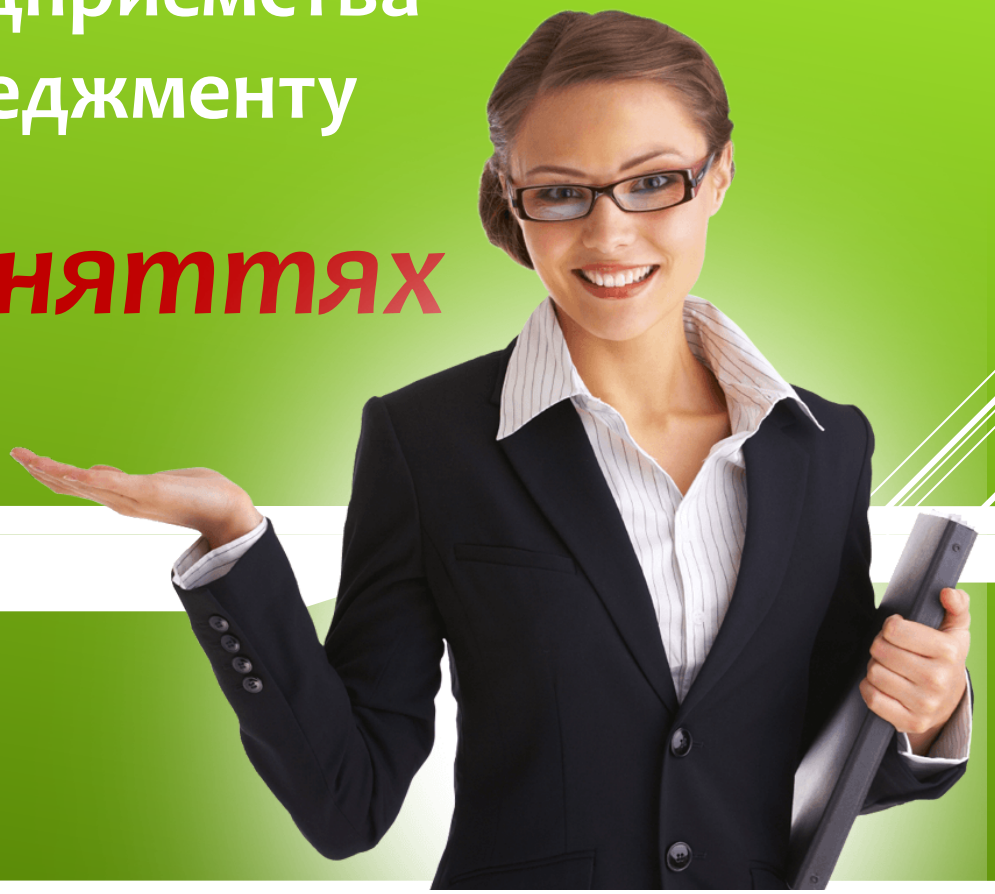
кафедра економіки підприємства та виробничого менеджменту

очікує Вас на заняттях









http://epvm.vntu.edu.ua/