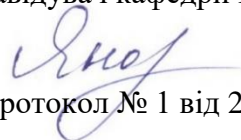


ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
Київський інститут управління, технологій і права
Факультет «Управління і технологій»
Кафедра «Економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування»

Затверджую

Завідувач кафедри ЕМБА



В.П. Яновська

Протокол № 1 від 29.08.2023 р.



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Викладач	Доктор економічних наук, професор ЯНОВСЬКА Вікторія Петрівна
E-mail	v.yanovska@ukr.net
Навчальна дисципліна	Основи менеджменту та маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Транспортні технології (на залізничному транспорті)
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань 27«Транспорт»	Спеціальність 275 «Транспортні технології (на залізничному транспорті)»
Обсяг дисципліни в кредитах ECTS	3
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної підготовки, вибіркова

Мета вивчення дисципліни	Вивчення теоретико-прикладних засад менеджменту і маркетингу, основ управління організацією, проведення маркетингових досліджень, стратегічного планування
Загальні компетентності	ЗК5. Навики використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК11. Здатність працювати автономно та в команді.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність аналізувати та прогнозувати параметри і показники функціонування транспортних систем та технологій з урахуванням впливу зовнішнього середовища. СК18. Здатність до управління пасажирськими перевезеннями за видами транспорту. СК19. Здатність до управління вантажними перевезеннями за видами транспорту.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий модуль 1 «Основи менеджменту»

Тема 1 Організація як об'єкт управління

Поняття та класифікація організацій. Концепції життєвого циклу організації. Типи організацій. Внутрішнє та зовнішнє середовище організацій. Взаємозв'язок внутрішніх змінних. Середовище прямого та опосередкованого впливу.

Література: 1, 2, 3, 5, 12, 13, конспект лекцій. Ключові слова: організація, життєвий цикл, середовище, прямий вплив, опосередкований вплив.

Тема 2 Підходи та технологія менеджменту

Інтегровані підходи в управлінні організацією. Процесний, системний, ситуативний підходи. Проблемно та ціле орієнтовані підходи. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Технологія менеджменту. Соціальна відповідальність та етика.

Література: 5, 7, 12, 13, конспект лекцій. Ключові слова: управління, менеджмент, підходи в управлінні, функції менеджменту, технологія менеджменту, соціальна відповідальність.

Тема 3 Функції менеджменту

Процес комунікації та ефективність менеджменту. Природа, моделі та методи прийняття рішень. Стратегічний аналіз і планування. Організаційна взаємодія. Побудова організаційної структури. Поняття та теорії мотивації. Поняття та процес контролю.

Література: 8, 12, 13, конспект лекцій. Ключові слова: рішення, аналіз, планування, організація, організаційна структура, мотивація, контроль.

Тема 4 Групова динаміка та лідерство в управлінні

Групова динаміка: неформальна організація, ефективність груп. Форми та стилі лідерства. Поведінковий та ситуативний підходи до ефективного лідерства. Адаптивне керівництво. Управління конфліктами та змінами.

Література: 6, 12, 13, конспект лекцій. Ключові слова: групова динаміка, лідерство, управління конфліктами, управління змінами.

Змістовий модуль 2 «Основи маркетингу»

Тема 5 Види, функції та концепції маркетингу

Задоволення людських потреб як соціальна основа маркетингу. Види маркетингу та їхня характеристика. Функції маркетингу: дослідження, розробка стратегії, політика розподілу, товарна, цінова, комунікаційна політики. Концепції маркетингу.

Література: 4, 9, 10, 11, 14, конспект лекцій. Ключові слова: потреби, маркетингові дослідження, стратегія, політики.

Тема 6 Маркетингові дослідження

Сутність, класифікація, технологія проведення маркетингових досліджень. Формування вибірки. Обробка інформації в процесі маркетингових досліджень.

Література: 4, 9, 10, 11, 14, конспект лекцій. Ключові слова: маркетингові дослідження, вибірка, обробка інформації.

Тема 7 Комплекс маркетингу

Сегментація ринку і позиціонування. Маркетингова товарна політика. Політика ціноутворення. Політика розподілу та просування. Комунікаційна політики: інтерактивний та прямий маркетинг. Стратегія, планування, контроль.

Література: 4, 9, 10, 11, 14, конспект лекцій. Ключові слова: комплекс маркетингу, товарна політика, цінова політика, комунікаційна політики, політика розподілу.

Індивідуальні завдання

Передбачені індивідуальні розрахункові завдання за варіантами практичних робіт, групове обговорення одержаних результатів, виконання індивідуальних дослідницьких завдань (рефератів, доповідей на конференцію), підготовка презентації.

Практична робота №1. Вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища організації.

Практична робота №2. Визначення ролі організації у суспільстві.

Практична робота №3. Визначення етапів раціонального вирішення проблеми.

Практична робота №4. Визначення готовності організації до змін.

Практична робота №5. Розробка анкети маркетингового дослідження.

Практична робота №6. Формування вибірки маркетингового дослідження.

Практична робота №7. Аналіз результатів маркетингового дослідження.

РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Результати навчання	РН1. Брати відповідальність на себе, проявляти громадянську свідомість, соціальну активність та участь у житті громадянського суспільства, аналітично мислити, критично розуміти світ. РН3. Давати відповіді, пояснювати, розуміти пояснення, дискутувати, звітувати державною мовою на достатньому для професійної діяльності рівні. РН13. Організовувати та управляти перевезенням вантажів в різних сполученнях. Вибирати вид, марку, тип транспортних засобів (суден) та маршрутів руху. Контролювати хід виконання перевезення. РН14. Організовувати та управляти перевезенням пасажирів та багажу в різних сполученнях. Вибирати вид, марку, тип транспортних засобів (суден) та маршрутів руху. Організовувати обслуговування пасажирів на вокзалах та пасажирських терміналах.
---------------------	---

ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 40 балів Проміжний контроль – 40 балів Підсумковий контроль – (екзамен) – 20 балів
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі (екзамен, залік).	
Підсумкові бали = навчальної дисципліни	Загальна кількість балів (перед + Кількість балів за підсумковим контролем) підсумковим контролем

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою
80-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-79		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
65-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-64		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
21-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання

			навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
1-20		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Нормативно-правові акти:

1. Господарський кодекс України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Закон України «Про громадські об'єднання» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4572-17#Text>
3. Закон України «Про захист економічної конкуренції» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
4. Закон України «Про рекламу» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Закон України «Про управління об'єктами державної власності» <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/185-16#Text>
6. Кодекс законів про працю України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>
7. Про впорядкування діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, створених за участю державних підприємств. Декрет Кабінету Міністрів України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/24-92#Text>
8. Про затвердження Принципів корпоративного управління. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr955863-14#Text>

Базова:

9. Зоріна О. І., Волохов В. А., Волохова І. В. Маркетинг транспортних послуг: навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 305 с.
10. Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг: навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга Краткий курс Пер с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2007. 656 с. http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf
12. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. И.: Издательство «ДЕЛО», 1997. 492 с.
13. Основы менеджмента: Конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с. <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>
14. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf