

**Національний університет «Чернігівський колегіум»  
імені Т.Г. Шевченка  
Навчально-науковий інститут історії та  
соціогуманітарних дисциплін імені О.М. Лазаревського**

**СИЛАБУС**

навчального курсу

**МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

Спеціальність – 033 філософія

Освітній ступінь – бакалавр

Форма навчання – денна

Форма підсумкового контролю – залік

Викладач – доктор юридичних наук, професор Шеремет О.С.

Телефон – 0973896502

E-mail: [sheremet.oleg.cn@gmail.com](mailto:sheremet.oleg.cn@gmail.com)

Години консультацій – четвер 13:00-14:00 (210 кабінет, з можливістю дистанційної роботи на платформі ZOOM).

**2021-2022**

<b>Освітньо-кваліфікаційна програма</b>	
<b>Кількість кредитів</b>	3
<b>Рік навчання</b>	3
<b>Семестр</b>	5
<b>Компонент освітньої програми</b>	Вибірковий компонент (ВК)
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Формат курсу</b>	Денна форма навчання
<b>Опис дисципліни</b>	
<b>Загальна кількість годин</b>	90
<b>Обсяг курсу</b>	28 годин аудиторних (з них: 14 годин лекцій; 14 годин практичних занять), 62 години самостійної роботи.
<b>Мета курсу</b>	<p>Предметом навчальної дисципліни є вивчення системи економічних відносин, а також актуальних економічних проблем, вирішення яких сприятиме подальшому розвитку суспільства на основі сучасного економічного мислення та оволодіння економічною культурою.</p> <p>Метою навчання є :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу,</li> <li>- формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями,</li> <li>- набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень;</li> </ul> <p>просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.</p> <p>Завданнями навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг» є</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формування у студентів знань, необхідних для вирішення фахових питань з менеджменту та маркетингу організації. Дисципліна виконує наступні функції:</li> <li>- надання інформації про зовнішнє середовище підприємств;</li> <li>- навчити аналізувати і оцінювати ефективність управлінських рішень;</li> <li>- надання спеціальних знань і навичок з організаційного проектування, функціонального управління</li> </ul>

	підрозділами підприємств різних форм власності, виробничого і підприємницького менеджменту; - управління маркетингом тощо.
<b>Електронний ресурс</b>	Zoom. Discord.
<b>Формування програмних компетентностей</b>	ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу. ЗК2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями. ЗК3. Здатність до пошуку та аналізу інформації з різних джерел. ЗК6. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. СК6.Здатність викладати міркування послідовно, логічно, систематично та аргументовано. СК7.Здатність аналізувати міркування та робити ґрунтовні смислові узагальнення, висновки. СК11.Здатність застосовувати в професійній діяльності знання про засади, розвиток і сучасний стан наукового та гуманітарного знання.

### Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	с	ла б.	нд .	с. р.		го	л	с	лаб.	нд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
<b>Змістовий модуль 1.</b>													
1. Поняття і сутність менеджменту. Основи теорії прийняття управлінських рішень.	15	4	2			9							
2. Функції управління. Комунікації в управлінні. Ефективність управління.	15	4	2			9							
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	30	8	4			18							
<b>Змістовий модуль 2.</b>													
3. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Комплекс маркетингу.	15	2	2			11							
4. Маркетингові дослідження.	15	2	2			11							
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	30	4	4			22							
<b>Змістовий модуль 3.</b>													
5. Маркетингова політика (товарна, цінова, комуніка-	15	2	2			11							

цій, розподілу).													
6. Реклама: за- вдання, форми, цілі.	15		4			11							
<b>Разом за змістовим модулем 3</b>	30	2	6			22							
<b>Разом</b>	90	14	14			62							

**Літературні  
джерела**

**Основна нормативна база:**

1. *Баєва О.В.* Практикум з менеджменту: Навч. посіб./ Баєва О.В., Новальська Н.І., Згалат-Лозинська Л.О., Лайко Г.П. – К.: МАУП, 2006. – Частина 2. – 178 с.
2. *Баєва О.В.* Практичні аспекти менеджменту / Баєва О.В., Новальська Н.І., Ангелова В.І.: Навч.-практ. посібник, К.: МАУП, 2006 . – Ч.1. – 170 с.
3. *Балабанова Л. В.* Маркетинг. [Текст] : Підручник. / Л.В. Балабанова – 2 –ге вид. доп. і перероб. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645 с.
4. *Войчак А.В.* Маркетингові дослідження: Навч.- метод. посібник для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2001. - 119 с.
5. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг [Текст] : підручник / Світлана Степанівна Гаркавенко. – 5-ге вид., доповн. - К.: Лібра, 2007.- 717с.
6. *Кузьмін О.Є.* Основи менеджменту / Кузьмін О.Є, Мельник О.Г : Підручник. – К.:“Академвидав”, 2003. – 416 с.
7. *Павленко А. Ф.* Маркетинг [Текст] : навч. посібник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
8. *Сладкевич В.П.* Современный менеджмент (в схемах) / Сладкевич В.П., Чернявский А.Д.: Опорный конспект лекций. – К.: МАУП, 2003. – 152 с.
9. *Хміль Ф.І.* Основи менеджменту / Хміль Ф.І.: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.
10. *Kotler Philip, Armstrong Gary.* Principles of Marketing 14th Edition. - Prentice Hall, 2012.- 744 pages.
11. *Kotler Philip, Keller Kevin Lane.* Marketing Management, 14th Edition. - Prentice Hall, 2012. - 816 pages.

**Допоміжна:**

1. *Братко О. С.* Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. посібник /Олександра Семенівна Братко. - Тернополь: Карт-бланш, 2006.- 275с.
- 2.

узьмін О. Є. Основи менеджменту / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. –

3. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. посібник / Тамара Іванівна Лук'янець. - К.: КНЕУ, 2003. - 524 с.

4. Мартыненко Н. М. Основы менеджмента / Н. М. Мартыненко . – К.: Изд-во «Каравелла», 2003. – 496 с.

5. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Корінцева О. І. Маркетингова цінова політика [Текст] : Навчальний посібник. / Л.Г. Мельник, Л.В. Старченко, О.І. Корінцева – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. – 240 с.

6. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика [Текст] / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Приймак. — К.: КНЕУ, 2005. — 408 с.

7. Ромат Е. В. Реклама [Текст] / Евгений Викторович Ромат. - 7-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 512 с.

8. Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга [Текст] / Евгений Викторович Ромат. – К.: Студцентр, 2008. – 684 с.

#### **Інформаційні ресурси:**

- <http://www/wmw.com> - сервер компанії World Market Watch, який містить базу даних з ринкових досліджень, пропозиції ділових партнерів, ціни на світових ринках тощо;

- [http //www/umich.edu/sgupta/survey](http://www/umich.edu/sgupta/survey) - звіти за результатами опитувань покупців в Internet.

- <http://uam.iatp.org.ua> - українська асоціація маркетингу;

- <http://udc.cjm.ua/> - проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма, комерційна діяльність;

- <http://www.profibook.com.ua> - ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій, комерційної діяльності і т.д.;

- <http://www.bdo.com.ua> • сайт для власників і управителів українських компаній з освіти, економіки, маркетингу, комерції тощо;

- <http://www.business-master.com.ua> - бізнес-портал психології бізнесу: технології управління підприємством, управління персоналом, управління маркетингом і продажами фокус групи, публік рилейшнз, медіа-компанії і т.ін;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://bredmarketing.bigmir.net">http://bredmarketing.bigmir.net</a> - маркетинг очима світил науки;</li> <li>- <a href="http://www.expert.kiev.ua/">http://www.expert.kiev.ua/</a> - консалтинга маркетинг, маркетингові дослідження, комерційна діяльність, статистика, цінова інформація, цінові експертизи, ринки металів і металобрухту, руда, вугілля, ферросплави, сільгосппродукція;</li> <li>- <a href="http://www.glecsys.kiev.ua/promo.shtml">http://www.glecsys.kiev.ua/promo.shtml</a> - школа Internet-комерції, маркетингу і сайтопромоутига;</li> <li>- <a href="http://www.sebso.com.ua/">http://www.sebso.com.ua/</a> - система електронного бізнесу і торгівлі в Internet;</li> <li>- <a href="http://www.marketotog.com.ua">http://www.marketotog.com.ua</a> - перший в Україні тематичний ресурс Internet, який присвячено маркетингу і комерції: статті, аналітика, програмне забезпечення, навчання, працевлаштування, форум маркетологу;</li> <li>- <a href="http://www.im.hl.ru">http://www.im.hl.ru</a> - теорія і практика міжнародних компаній, комерція у міжнародному середовищі, багатонаціональні компанії – принципи міжнародного бізнесу, правила міжнародного internet-маркетингу.</li> </ul>
<p><b>Політика дисципліни та оцінювання</b></p>	<p><b>Студент має право:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вільно висловлювати свої думки усно або письмово, аргументуючи їх знаннями провідних засад предмету, змісту першоджерел;</li> <li>- вносити пропозиції щодо формування та реалізації власної освітньої траєкторії; активізації власної самостійної пізнавальної діяльності, форм і методів проведення аудиторних занять;</li> <li>- відпрацьовувати пропущені заняття в установленому порядку;</li> <li>- отримати індивідуальні консультації у викладача.</li> </ul> <p><b>Студент зобов'язаний:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- відвідувати заняття всіх видів відповідно до встановленого дирекцією розкладу, запізнення на заняття допускається тільки з поважних причин;</li> <li>- брати активну участь у роботі під час аудиторних занять, дотримуватися правил етичної поведінки, поважати думки та права інших студентів і викладача;</li> <li>- виконати індивідуальне завдання</li> <li>- самостійну роботу, підготовка якої є обов'язковою умовою допуску до екзамену. Студент, який не підготував самостійну роботу, до екзамену не допускається.</li> <li>- набрати під час вивчення навчальної дисципліни мінімум 35 балів.</li> </ul>

	<p><b>Політика щодо деделайнів та перескладання.</b> Пропущені з поважної причини заняття дозволяється відпрацьовувати впродовж <b>двох тижнів</b> після завершення дії поважної причини і при наявності документа-підстави (довідки, розпорядження про індивідуальних графік відвідування тощо).</p> <p><b>Політика щодо академічної доброчесності.</b> Студенти керуються нормами «Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти в національному університеті «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка» (Наказ Ректора № 383 від 27.12.2019 р. зі змінами і доповненнями від 23.12.2020 (<a href="https://drive.google.com/file/d/1YOj2QK3xW-03evO8Tkg1o3ZKUAbBL-VH/view">https://drive.google.com/file/d/1YOj2QK3xW-03evO8Tkg1o3ZKUAbBL-VH/view</a>)). У процесі навчання та при підготовці самостійної роботи, виконанні індивідуальних завдань, забороняються плагіат, фабрикація та фальсифікація результатів, списування, хабарництво.</p> <p><b>Політика щодо викладання.</b> Викладання навчальної дисципліни відбувається на засадах студентоцентризму, антропоцентризму, гуманізму, поваги до соціокультурного плюралізму.</p>																												
<p><b>Навчальні методи та техніки, які будуть використуватися під час викладання курсу</b></p>	<p>Словесний (пояснення, розповідь, лекція, дискусія); наочний (ілюстрації, демонстрації); робота з книгою (читання, конспектування, вивчення, реферування, цитування, виклад, складання плану); відео-методи (перегляд); практичний. Робота в бібліотеці та з науковими інтернет-джерелами. Підготовка презентацій, індивідуальних навчально-дослідних завдань. Аналіз відео-метаріалів. Робота в системі Zoom та GoogleClassroom.</p>																												
<p><b>Оцінювання</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Шкала оцінювання</b></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2" style="width: 15%;">Сума балів за всі види навчальної діяльності</th> <th rowspan="2" style="width: 10%;">Оцінка за шкалою ECTS</th> <th colspan="2" style="width: 75%;">Оцінка за національною шкалою</th> </tr> <tr> <th style="width: 35%;">для екзамену, курсової роботи (проєкту), практики</th> <th style="width: 30%;">для заліку</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">90 – 100</td> <td style="text-align: center;">A</td> <td style="text-align: center;">відмінно</td> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">зараховано</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">83 – 89</td> <td style="text-align: center;">B</td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">добре</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">75 – 82</td> <td style="text-align: center;">C</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">68 – 74</td> <td style="text-align: center;">D</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">60 – 67</td> <td style="text-align: center;">E</td> <td style="text-align: center;">задовільно</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">35 – 59</td> <td style="text-align: center;">Fx</td> <td style="text-align: center;">незадовільно з можливістю повторного складання</td> <td style="text-align: center;">не зараховано з можливістю повторного складання</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">0 – 34</td> <td style="text-align: center;">F</td> <td style="text-align: center;">незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> <td style="text-align: center;">не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> </tr> </tbody> </table>	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою		для екзамену, курсової роботи (проєкту), практики	для заліку	90 – 100	A	відмінно	зараховано	83 – 89	B	добре	75 – 82	C	68 – 74	D	60 – 67	E	задовільно	35 – 59	Fx	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання	0 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ECTS			Оцінка за національною шкалою																									
		для екзамену, курсової роботи (проєкту), практики	для заліку																										
90 – 100	A	відмінно	зараховано																										
83 – 89	B	добре																											
75 – 82	C																												
68 – 74	D																												
60 – 67	E	задовільно																											
35 – 59	Fx	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання																										
0 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни																										