

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

Найменування центрального органу управління освітою, власника

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заст. директора з НР



Алла АДАМЕНКО

« 02 »      09      2022р.

**ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ**

Назва навчальної дисципліни

**ПРОГРАМА**

**навчальної дисципліни**

**підготовки** фахового молодшого бакалавра

Назва освітньо-професійного ступеня

**спеціальності** 121 Інженерія програмного забезпечення


Шифр і назва спеціальності

20\_22 рік

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Київським авіаційним фаховим коледжем

Повне найменування вищого навчального закладу

Розробник:

  
Підпис О. Г. Гуменик — викладач  
першої категорії

Схвалено на засіданні циклової комісії  
професійно та практичної підготовки

Назва циклової комісії

Протокол № 1, від «02» 03 2022р.

Голова циклової комісії

  
Підпис Олена Діденко  
Прізвище та ініціали

## Вступ

Навчальна програма з курсу Основи менеджменту та маркетингу розроблена для підготовки студентів-фахових молодших бакалаврів за спеціальністю 121 Інженерія програмного забезпечення.

**Міждисциплінарні зв'язки:** вивченню дисципліни «Основи менеджменту та маркетингу» є опанування таких навчальних дисциплін: Світова економіка, Міжнародні економічні відносини, Країнознавство, Конфліктологія та теорія дипломатичних переговорів.

### **Програма навчальної дисципліни складається з таких тем:**

- Тема 1. Вступ. Мета вивчення предмету «Менеджмент».
- Тема 2. Управлінські відносини. Передумови виникнення науки управління.
- Тема 3. Сучасні концепції менеджменту в світі та на Україні.
- Тема 4. Принципи менеджменту в організації, їх класифікація, цілеспрямованість та ієрархічність.
- Тема 5. Організація як об'єкт управління.
- Тема 6. Структура організації, загальна та організаційна.
- Тема 7. Поняття функцій як видів управлінських рішень.
- Тема 8. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних функцій і методів.
- Тема 9. Основні вимоги до управлінських рішень. Сучасні підходи.
- Тема 10. Планування в організації. Загальна характеристика бізнес-планування.
- Тема 11. Організація як функція управління. Вертикальна та горизонтальна координація управління.
- Тема 12. Принципи побудови та методи вибору організаційної структури управління.
- Тема 13. Мотивація. Психологічні та фізіологічні особливості працівника.
- Тема 14. Управлінський контроль. Етапи процесу контролю. Основні принципи та процеси.
- Тема 15. Сутність конфлікту. Управління конфліктами і стресами в трудових колективах.
- Тема 16. Взаємозв'язок економічних та організаційних ефективностей управління. Їх сутність.
- Тема 17. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
- Тема 18. Мета та функції маркетингу. Система маркетингових досліджень.
- Тема 19. Класифікація маркетингу. Основні категорії маркетингу.
- Тема 20. Маркетингове середовище. Маркетингова інформаційна система.
- Тема 21. Критерій оцінки привабливості ринку. Фактори привабливості ринку.
- Тема 22. Маркетингове дослідження. Суть принципи, види досліджень та їх структура.
- Тема 23. Дослідження покупців. Типологія споживача. Конкуренція та конкурентні сили.
- Тема 24. Маркетингова товарна політика. Життєвий цикл товарів. Стратегії життєвого циклу.
- Тема 25. Потреби і типологія споживачів. Товар, розробка товару.
- Тема 26. Споживчі ринки та поведінка покупців.
- Тема 27. Ціннова політика. Методи розповсюдження товару.
- Тема 28. Маркетингові інновації. Товарна марка.
- Тема 29. Комплекс маркетингових комунікацій.
- Тема 30. Маркетингова цінова політика.
- Тема 31. Стратегія, планування і контроль маркетингових заходів.
- Тема 32. Стратегія просування товару, методи визначення бюджету на просування товарів.

## **1. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета:** навчальної дисципліни “Основи менеджменту і маркетингу” є, передовсім, формування сучасного управлінського мислення, основ системного керування організаціями будь-яких видів – ухвалення адекватних управлінських рішень на майбутньому місці роботи.

Формування у студентів знань із теоретичних основ та практичних навиків із менеджменту та маркетингу.

### **Завдання:**

- освоїти основні терміни і поняття, що характеризують менеджмент та маркетинг як наукові дисципліни;

- оволодіти теоретико-методологічними основами менеджменту та маркетингу;

- вивчити складові елементи дисциплін, методи реалізації їх функцій та забезпечення взаємозв'язків між його складовими;

- вивчити основні соціально-економічні аспекти менеджменту та маркетингу;

- привити навички в організації управління та маркетингу, які б можна було використовувати на практиці.

В результаті вивчення даного курсу студент повинен:

### **знати:**

- науково-методичні основи менеджменту та маркетингу;
- функції та технології дисципліни;
- соціально-економічні основи навчального предмету, які сприяють керівництву
- колективом підприємство, організацією.

**вміти:** застосовувати на практиці управління різноманітними суспільно- економічними процесами у сучасному ринковому середовищі.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 135 годин за навчальним планом.

## **2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни**

### **Тема 1. Вступ. Мета вивчення предмету «Менеджмент».**

Сутність та значення менеджменту. Предмет, об'єкт та суб'єкт його вивчення. Поняття та значення менеджменту в умовах функціонування ринкової економіки.

### **Тема 2.**

#### **Управлінські відносини. Передумови виникнення науки управління.**

Управління і менеджмент. Історичні етапи розвитку науки про менеджмент. Школи наукового управління. Менеджмент як сучасна наука, мистецтво і практика управління.

### **Тема 3.**

#### **Сучасні концепції менеджменту в світі та на Україні.**

Наукові підходи в сучасному менеджменті. Їх основна сутність. Закордонний досвід. Основні етапи розвитку управлінської науки в Україні. Внесок українських вчених у теорію менеджменту. Типи українських менеджерів: „менеджери здорового глузду”. Професійні ринкові менеджери, менеджери іноземного зразка. Сучасні проблеми освітнього і кадрового забезпечення управлінської діяльності.

### **Тема 4.**

#### **Принципи менеджменту в організації, їх класифікація, цілеспрямованість та**



**ієрархічність.**

Основні принципи менеджменту. Еволюція та зміст сучасних принципів менеджменту. Сутність методів менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту.

### **Тема 5.**

#### **Організація як об'єкт управління.**

Сутність і класифікація організацій. Організація та її середовище. Життєвий цикл організації. Спільні характеристики організацій. Колективи (групи працівників) в організації.

### **Тема 6.**

#### **Структура організації, загальна та організаційна.**

Лінійна організаційна структура управління. Функціональна організаційна структура управління. Фактори зовнішнього середовища організації. Фактори зовнішнього середовища організації прямого та непрямого впливу. Імідж організації, його характеристика та взаємозв'язок з культурою.

### **Тема 7.**

#### **Поняття функцій як видів управлінських рішень.**

Основні функції управлінських рішень. Їх поняття. Роль управлінських рішень в процесі управління. Організація прийняття рішень та організація реалізації управлінських рішень. Облік як функція управління.

### **Тема 8.**

#### **Процес управління як сукупність взаємопов'язаних функцій і методів.**

Процес прийняття рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень.

### **Тема 9.**

#### **Основні вимоги до управлінських рішень. Сучасні підходи.**

Умови та рівні прийняття управлінських рішень. Роль керівника в процесі прийняття управлінських рішень. Застосування сучасних інформаційних технологій в процесі прийняття управлінських рішень. Розподіл відповідальності при організації розробки рішень.

### **Тема 10.**

#### **Планування в організації. Загальна характеристика бізнес-планування.**

Суть планування і методи розробки планів. Оцінка сильних і слабких сторін організації. SWOT-аналіз. Загальна характеристика бізнес-планування. Еволюція стратегічного мислення та фази стратегічного менеджменту. Планування реалізації стратегії.

### **Тема 11.**

**Організація як функція управління. Вертикальна та горизонтальна координація управління.**

Формальні і неформальні організації. Організаційний механізм і структура управління (ланки управління, рівень управління). Основи організаційного проектування.

### **Тема 12.**

**Принципи побудови та методи вибору організаційного структури управління.**

Організаційна структура управління великими, середніми та дрібними підприємствами. Класифікація організаційних структур управління. Аналіз та оцінка організаційних структур управління. Способи вдосконалення організаційних структур управління.

Класифікація організаційних структур управління. Аналіз та оцінка організаційних структур управління. Способи вдосконалення організаційних структур управління.

### **Тема 13**

#### **Мотивація. Психологічні та фізіологічні особливості працівника.**

Зміст матеріального стимулювання праці. Винагороди у мотивації. Зміст поняття «мотивація». Змістові теорії мотивації М. Туган-Барановського. Ієрархічні потреби за А. Маслоу. Двофакторна теорія Ф. Герцберга. Процесійні теорії мотивації (теорія очікувань В. Врума, теорія справедливості Адамса, комплексна процесуальна Портера-Лоулера теорія мотивації, теорія трьох потреб Мак Клейланда).

### **Тема 14.**

**Управлінський контроль. Етапи процесу контролю. Основні принципи та процеси.**

Суть і зміст контролю. Види контролю. Процес контролю. Контроль і вивчення результатів роботи персоналу. Контроль та контролінг. Контроль та аудит.

### **Тема 15.**

**Сутність конфлікту. Управління конфліктами і стресами в трудових колективах.**

Поняття та класифікація конфліктів. Сутність керування конфліктами та їх діагностика. Методи регулювання конфліктів. Моделі і стилі виходу з конфлікту. Конфліктний медіаторинг. Технології врегулювання конфліктів. Переговори і стилі їх проведення.

### **Тема 16.**

**Взаємозв'язок економічних та організаційних ефективностей управління. Їх сутність.**

Сутність і склад методів управління. Взаємозв'язок функцій та методів управління

### **Тема 17.**

**Сутність маркетингу та його сучасна концепція.**

Сутність та основні поняття маркетингу. Основні елементи та комплекс маркетингу. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу. Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні.

### **Тема 18.**

**Мета та функції маркетингу. Система маркетингових досліджень.**

Функції маркетингу. Принципи та завдання маркетингу. Система засобів маркетингу

### **Тема 19.**

**Класифікація маркетингу. Основні категорії маркетингу.**

Види маркетингу залежно від попиту. Концепції розвитку маркетингу. Специфічні риси маркетингу в Україні.

## **Тема 20.**

### **Маркетингове середовище. Маркетингова інформаційна система.**

Види маркетингової інформації. Джерела отримання маркетингової інформації. Маркетингова інформаційна система, її елементи. Сучасні технології маркетингових досліджень.

## **Тема 21.**

### **Критерій оцінки привабливості ринку. Фактори привабливості ринку.**

Визначення конкурентної переваги фірми в сегменті. Оцінка привабливості сегментів і конкурентоспроможність товарів. Методи оцінки привабливості зовнішніх і внутрішніх ринків. Маркетингові стратегії охоплення ринку. Процес оцінки цільового сегмента.

## **Тема 22.**

### **Маркетингове дослідження. Суть принципи, види досліджень та їх структура.**

Зміст та напрями проведення маркетингових досліджень. Процес маркетингового дослідження, його основні етапи. Методика проведення маркетингових досліджень. Аналіз ринкових можливостей підприємства.

## **Тема 23.**

### **Дослідження покупців. Типологія споживача. Конкуренція та конкурентні сили.**

Особливості дослідження конкурентного середовища підприємства та покупців. Елементи аналізу діяльності конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку. Дослідження конкурентного середовища.

## **Тема 24.**

### **Маркетингова товарна політика. Життєвий цикл товарів. Стратегії життєвого циклу.**

Цілі та фактори ціноутворення. Етапи процесу ціноутворення. Методи ціноутворення Зміна поточних цін.

## **Тема 25.**

### **Потреби і типологія споживачів. Товар, розробка товару.**

Споживач в системі ринкових відносин. Сутність купівельної поведінки споживача та її різновиди. Товар, розробка товару. Мотиваційні чинники, що формують поведінку споживачів.

## **Тема 26.**

### **Споживчі ринки та поведінка покупців.**

Процес вивчення поведінки покупців. Моделювання купівельної поведінки організації-споживача. Моделювання поведінки підприємств-покупців.

## **Тема 27.**

### **Ціннова політика. Методи розповсюдження товару.**

Формування цінової політики та механізм ціноутворення на ринку. Поняття цінової політики. Розповсюдження товару.

## **Тема 28.**

### **Маркетингові інновації. Товарна марка.**

Маркетингові інновації як інструмент формування конкурентних переваг. Інноваційний процес і його етапи. Роль і завдання маркетингу на етапах інноваційного процесу.

## **Тема 29.**

### **Комплекс маркетингових комунікацій.**

Суть маркетингових комунікацій, основні елементи комплексу комунікацій.

## **Тема 30.**



### **Маркетингова цінова політика.**

Методи ціноутворення. Розробка цінової політики підприємства. Пристосування ціни.

### **Тема 31.**

#### **Стратегія, планування і контроль маркетингових заходів.**

Етапи маркетингового стратегічного планування. Система планування маркетингу, маркетинговий контроль та організація маркетингової діяльності.

### **Тема 32.**

**Стратегія просування товару, методи визначення бюджету на просування товарів.**

Методи визначення бюджету на просування товарів. Реклама: сутність, роль і види.

## **3. Рекомендована література:**

### **Менеджмент**

1. Балановська Т.І., Гоголя О.П., Троян А.В. Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва: навчальний посібник / К. ЦП «Компринт». 2018. - 536 с.
2. Довбня С.Б., Найдовська А.О. Стратегія підприємства Частина 2 : навч. посібник. Дніпро: НМетАУ, 2021. 92 с.
3. Ігнат'єва І. А., Паливода О. М., Янковой Р. В. Менеджмент організацій (малого та середнього бізнесу): підручник / Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - Київ: КНУТД, 2014. - 359 с.
4. Козирева О. В., Овсієнко О. В. Організація праці менеджера: навч. посіб. -Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2019. - 203 с.
5. Менеджмент : Навчальний посібник / Н. С. Краснокутська, О. М. Нащекіна, О. В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
6. Менеджмент: Навчальний посібник / Шкільняк М.М. та ін. Тернопіль : Крок, 2017 р. 252 с.
7. Менеджмент персоналу : навч. посібник / уклад. : О. В. Безпалько, А. Д. Бергер, Т. М. Березянюк, Ю. М. Гринюк, Д. Г. Грищенко, О. І. Драган, А. С. Зеніна-Біліченко, Л. М. Мазник, Л. І. Тертична, О. М. Соломка, О. А. Чигринець ; за заг. ред. О. І. Драган. – Київ : МПП «ЛИНО», 2022. – 612 с.
8. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / за ред. Ю. Є. Петруні. – 3-тє вид., доп. та переробл. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2015. – 199 с. (з грифом МОН).
9. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Менеджмент. Практикум : навч. посібник. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2019. – 104 с.
10. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356с.

### **Маркетинг**

1. 30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні : монографія / заг. ред. А. О. Старостіна. – Київ : Інтерсервіс, 2022. – 385с.
2. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 512 с.
3. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ Т.В. Дубовик. – К. : КНТЕУ, 2014. – 331 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. 5-е вид. К.: Діалектика, 2020. 880 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я : 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру; пер. з англ. Сіпігін О. К.: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.



6. Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі. Komunikacja marketingowa w nowoczesnym zmieniającym się otoczeniu : міжнар. кол. монографія / заг. ред. В. Ф. Іванов, С. В. Ромат ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; Краків. екон. ун-т. – Київ : Студцентр, 2022. – 281с.

7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

8. Маркетинговий менеджмент: Підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.

9. Маркетинговий менеджмент: Опорний конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / Н. В. Язвінська; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 37 с.

#### **4. Форма підсумкового контролю успішності навчання диференційований залік**

---

#### **5. Засоби діагностики успішності навчання комплексний державний екзамен.**

---