



Силабус курсу

Менеджмент та маркетинг в галузі

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Освітньо-професійна програма «Геодезія та землеустрій»

Рік навчання: II Семестр: IV

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доцент **Андрій БУТОВ**

Контактна інформація

andrewbutik@yahoo.com, +380673528681

Опис дисципліни

Дисципліна “Управління ризиками” спрямована на формування у майбутніх фахівців системи спеціальних знань і практичних навичок з питань основних напрямків менеджменту і маркетингу, особливостей менеджменту і маркетингу на підприємствах галузі, методологічних аспектів організації виробництва та управління виробничим процесом на підприємствах геодезії та землеустрою з урахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування, дослідження ринку землевпорядних послуг та вміння розробки маркетингових стратегій.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 1	1. Теоретичні основи менеджменту	Засвоєння основних положень і теоретичних основ менеджменту	Тести, питання
1 / 2	2. Організація ж об'єкт управління	Вивчити принципи та умови функціонування організації як об'єкту управління	Тести, питання
2 / 2	3. Функції управління. Управління процесом прийняття рішень	Вивчення принципів та умов реалізації функцій управління та управління процесом прийняття рішень	Тести, питання
2 / 2	4. Комунікативні процеси в управлінні	Вивчення комунікативних процесів в управлінні, засвоєння основних методів побудови комунікаційних мереж в землевпорядній	Тести, питання

		організації.	
2 / 2	5. Менеджмент і підприємництво	Засвоїти основні принципи та умови підприємницької діяльності та управління нею в галузі надання землеспорядних послуг.	Тести, питання
1 / 1	6. Управління трудовими ресурсами і персоналом організації. Трудові відносини в умовах ринку.	Засвоїти методи, принципи та умови управління трудовими ресурсами і персоналом організації.	Тести, питання
2 / 2	7. Оцінка ефективності діяльності організації та управління.	Набуття навиків оцінки ефективності діяльності організації та управління.	Тести, питання
2 / 2	8. Основні положення маркетингу в галузі	Засвоєння основних положень маркетингу в галузі	Тести, питання
2 / 2	9. Управління маркетингом в галузі.	Вивчення методів, принципів та умов управління маркетингом в галузі.	Тести, питання
2 / 2	10. Маркетингові дослідження і інформація. Маркетингові інформаційні системи.	Засвоєння методів і підходів до проведення маркетингових досліджень. Опанування принципів роботи маркетингових інформаційних систем.	Тести, питання
2 / 2	11. Вивчення ринку геодезичних та землепорядних послуг.	Вивчення ринку геодезичних та землепорядних послуг.	Тести, питання
2 / 2	12. Товар в системі маркетингу. Асортиментна і товарна політика геодезичних та землепорядних послуг установ.	Вивчення ролі і особливостей товару в системі маркетингу. Засвоєння асортиментної і товарної політики геодезичних та землепорядних установ.	Тести, питання
2 / 2	13. Ціни, ціноутворення, цінова політика геодезичних та землепорядних підприємств.	Засвоєння методів ціноутворення, та цінової політики геодезичних та землепорядних підприємств.	Тести, питання

2 / 2	14. Збутова діяльність геодезичних та землепорядних підприємств.	Засвоєння методів організації збутової діяльності геодезичних та землепорядних підприємств.	Тести, питання
2 / 2	15. Маркетингова політика комунікацій.	Вивчення особливостей та умов формування і реалізації маркетингової політики комунікацій.	КПІЗ

Літературні джерела

1. Діденко В.М. Менеджмент : підручник. К. : Кондор, 2016. 584 с.
2. Дудар Т.Г., Волошин Р.В., Дудар В.Т. Менеджмент: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 336 с.
3. Куценко В.М. Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб. К.: МАУП. 2013. 184 с.
4. Маркіна, І.А., Біловол Р.І., Власенко В.А. Менеджмент організації: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2017. 248 с.
5. Мостенська Т.Л., Новак В.О., Луцький М.Г., Ільєнко О.В. Менеджмент : підручник. 2-ге вид. К. : Кондор, 2015. 757 с
6. Рульєв, В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2017. 312 с.
7. Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. Менеджмент: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2017. 416 с.
8. Хміль, Ф. І. Практикум з менеджменту організацій : навч. посіб. Львів : Магнолія, 2012. 333 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Модуль 1 (теми 1-8) – тестування, розв'язки задач	30
Модуль 2 (теми 1-5) – теоретичні питання, розв'язки задач	40
Модуль 3 (КПІЗ) – реферат, мультимедійна презентація	30

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом