

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Н.М. Богдан

ПРОГРАМА І РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
**«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ.
МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА
ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ»**

(для студентів і 3 курсу заочної форм навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр,
напряму підготовки 6.060101 «Будівництво»,
спеціальності – «Теплогазопостачання і вентиляція»)

Програма і робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа виробничо-господарської діяльності підприємства» (для студентів 3 курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, напряму підготовки 6.060101 «Будівництво», спеціальності – «Теплогазопостачання і вентиляція»/ Харк. нац. акад. міськ. госп-ва; уклад.: Н.М. Богдан; – Х.: ХНАМГ, 2010. – 22 с.

Програма побудована за вимогами кредитно-модульної системи організації навчального процесу і узгоджена з орієнтовною структурою змісту навчальної дисципліни, рекомендованою Європейською Кредитно-Трансферною Системою (ECTS).

Рецензент: зав. кафедри економіки та управління в будівництві і міському господарстві Харківської національної академії міського господарства, доктор економічних наук А.Є. Ачкасов.

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту міського та регіонального розвитку, протокол № 2 від 3.09.2009 р.

Зміст

ВСТУП.....	4
1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	6
1.1. Мета, предмет та місце дисципліни	6
1.2. Інформаційний обсяг (зміст) дисципліни	7
1.3. Освітньо-кваліфікаційні вимоги	8
1.4. Рекомендована основна навчальна література.....	8
1.5. Анотація програми навчальної дисципліни.....	9
2. РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	11
2.1. Структура навчальної дисципліни.....	11
2.2. Тематичний план навчальної дисципліни.....	11
2.3. Розподіл часу за модулями і змістовими модулями та форми навчальної роботи студента	14
2.4. Розподіл часу самостійної навчальної роботи студента	16
2.5. Засоби контролю та структура залікового кредиту	18
2.6. Методи та критерії оцінювання знань.....	18
2.7. Інформаційно-методичне забезпечення.....	21

ВСТУП

Мета вивчення дисципліни полягає у формуванні сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями, прийняття адекватних управлінських рішень; просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства. Предмет дисципліни: загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи управління організацією; загальні закономірності розвитку маркетингу в ринкових умовах.

В результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати сутність і методологічні основи менеджменту та маркетингу в організації, принципи управління виробництвом та збутом, вміти застосовувати інструменти управління для підвищення ефективності роботи підприємства. Для цього у процесі вивчення курсу треба опанувати його теоретичними засадами, виявити та вивчити практичні особливості щодо підвищення конкуретоспроможності підприємства та підвищення його прибутковості.

Приєднання України до Болонського процесу передбачає впровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу (КМСОНП), яка є українським варіантом ECTS. Програма побудована за вимогами кредитно-модульної системи організації навчального процесу.

Програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа організації виробничо-господарської діяльності підприємств» розроблена на основі:

- СВО ХНАМГ «Освітньо-кваліфікаційна характеристика напряму підготовки 0921 «Будівництво» освітньо-кваліфікаційного рівня 6.092100 бакалавр, спеціальність «Теплогазопостачання і вентиляція», 2005 р.

- СВО ХНАМГ «Освітньо-професійна програма напряму підготовки 0921 «Будівництво» освітньо-кваліфікаційного рівня 6.092100 бакалавр, спеціальність «Теплогазопостачання і вентиляція», 2005 р.

- СВО ХНАМГ Навчальний план напряму підготовки 0921 «Будівництво» освітньо-кваліфікаційного рівня 6.092100 бакалавр, спеціальність «Теплогазопостачання і вентиляція», 2006 р.

Програма навчальної дисципліни «Основи маркетингу і менеджменту» схвалена кафедрою менеджменту міського та регіонального розвитку, протокол № 2 від 3.09.2009 р.та Вченою радою ФПО і ЗН протокол № 2 від 8.09.2009 р. Програма погоджена випусковою кафедрою експлуатації газових та теплових систем.

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Мета, предмет та місце дисципліни

Мета вивчення полягає у формуванні сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями, набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень; просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Предмет вивчення дисципліни: інтегрована сукупність управлінських відносин в організації, її стосунки із зовнішнім середовищем, технологія, техніка, методи, функції та моделі управління організаціями; основи маркетингу.

Завдання дисципліни – формування у студентів знань, необхідних для вирішення фахових питань з менеджменту та маркетингу організації. Опанування предметом «Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа організації виробничо-господарської діяльності підприємств» виконує наступні функції:

- надає інформацію про зовнішнє середовище підприємств;
- навчає аналізувати і оцінювати ефективність управлінських рішень;
- надає спеціальні знання і навички з організаційного проектування, функціонального управління підрозділами підприємств різних форм власності, виробничого і підприємницького менеджменту; управління маркетингом тощо;
- вчить управляти соціально-психологічною підсистемою підприємства;
- дає можливість проводити маркетингові дослідження ринку продукції або послуг;
- сприяє формуванню самодостатньої та соціально адаптованої особистості.

Навчальна дисципліна «Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа організації виробничо-господарської

діяльності підприємств» належить до циклу вибіркових дисциплін за напрямком 0921 (6.060101) – «Будівництво», спеціальності 6.092100 – «Теплогазопостачання і вентиляція».

Таблиця 1.1 Місце дисципліни в структурно-логічній схемі підготовки фахівця.

Дисципліни, що передують вивченню даної дисципліни	Дисципліни, вивчення яких спирається на дану дисципліну
1. Економічна теорія 2. Організація будівництва 3. Виробнича база систем ТГПіВ	1. Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 2 2. Економіка будівництва 3. Дипломне проектування

1.2. Інформаційний обсяг (зміст) дисципліни

«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ.

МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ» (72/2)

ЗМ 1.1. ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ І РОЛЬ В НІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ (18/0,5)

Тема 1. Сутність та принципи основ менеджменту та маркетингу.

Тема 2. Передумови сучасного проектування виробничо-господарської діяльності організацій.

Тема 3. Фактори та елементи проектування діяльності організацій.

ЗМ 1.2. ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ МЕНЕДЖМЕНТУ (18/0,5)

Тема 4. Сутність категорії «організація».

Тема 5. Організація як відкрита динамічна система.

Тема 6. Класифікація організацій як суб'єктів господарювання.

ЗМ 1.3. ТЕХНОЛОГІЯ, ТЕХНІКА, МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ (36/1,0)

Тема 7. Технологія керівництва і лідерства.

Тема 8. Сутність і класифікація методів менеджменту.

Тема 9. Види організаційних моделей управління.

Тема 10. Інформаційне забезпечення системи управління.

Тема 11. Техніка прийняття управлінських рішень.

Тема 12. Ефективність управління організаціями.

1.3. Освітньо-кваліфікаційні вимоги

Вміння та знання (за рівнями сформованості)	Сфери діяльності (виробнича, соціально-виробнича, соціально-побутова)	Функції діяльності у виробничій сфері (проектувальна, організаційна, управлінська, виконавська, технічна, інші)
Репродуктивний рівень якісні і кількісні особливості економічних процесів з урахуванням інвестиційних процесів	виробнича, соціально- виробнича, соціально- побутова	виконавська
Алгоритмічний рівень володіння методологією і методикою побудови, аналізу та використання методологічного інструментарію інвестиційного менеджменту	виробнича, соціально- виробнича, соціально- побутова	виконавська
Евристичний рівень типові заходи моделювання та вимірювання ефективності інвестиційної діяльності в процесі прийняття управлінських рішень, оволодіння відповідним апаратом з метою практичного використання інвестиційних рішень	виробнича, соціально- виробнича, соціально- побутова	виконавська

1.4. Рекомендована основна навчальна література

	Бібліографічні описи, Інтернет адреси	Теми, де застосову- ється
1	Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989.	1,2,3,4-7
2	Беляцкий Н.П., Велеско С.Е., Питер Ройш. Управление персоналом.- Минск.: «Интерпрессервис, Экоперспектива», 2002.	3,4,5,6
3	Бил Гейтс. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Эксмо-Пресс, 2001.	1, 2, 3, 4, 5
4	Блэквелл Э. Как составить бизнес-план. – М.: Инфра-М, 1996.	1, 2, 3, 4,
5	Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов . – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.	1-5,8,9
6	Генри Ассель Маркетинг: принципы и стратегия. М.-ИНФРА-М, 1999.	1,2
7	Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. СПб: ПИТЕР, 1998.	1,2,3-5,8-10
8	Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1998.	1,3
9	Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основы менеджменту: підруч. — 2-ге вид., випр. і доп. — К. : Академвидав, 2007. — 464с.	1-4,6,7-12
10	Ноздрева Р.Б., Гречков В.Ю. Маркетинг. Учебник. М.: Экономистъ, 2003.	1,3
11	Франчук В. І., Копелев І. Ю., Палига Є. М. Основы сучасного маркетингу: Навч. посіб. / Є.М. Палига (ред.). — Л. : Тріада плюс, 2006. — 144с.	1-6,8,10

1.5. Анотації дисципліни

Анотація програми навчальної дисципліни

«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ. МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

Мета: формування сучасного управлінського мислення та комплексу спеціальних знань і вмінь з системного управління функціональними підсистемами та елементами внутрішнього середовища організації на всіх стадіях її життєвого циклу.

Предмет: інтегрована сукупність управлінських відносин в організації, її стосунки із зовнішнім середовищем, технологія, техніка, методи, функції та моделі управління організаціями; основи маркетингу.

Зміст: ЗМ 1.1. Виробничо-господарська діяльність і роль в ній менеджменту і маркетингу.

ЗМ 1.2. Організації як об'єкт менеджменту.

ЗМ 1.3. Технологія, техніка, методи та моделі управління організаціями.

Аннотация программы учебной дисциплины

«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА. МОДУЛЬ 1. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Цель: формирование современного управленческого мышления и комплекса специальных знаний и умений относительно системного управления функциональными подсистемами и элементами внутренней среды организации на всех стадиях ее жизненного цикла.

Предмет: интегрированная совокупность управленческих отношений в организации, ее взаимодействие с внешней средой, технология, техника, методы, функции и модели управления организациями, основы маркетинга.

Содержание: **СМ 1.1.** Производственно-хозяйственная деятельность и роль в ней менеджмента и маркетинга.

СМ 1.2. Организации как объекты менеджмента

СМ 1.3. Технология, методы и модели управления организациями.

Annotation of the program of educational discipline

«BASES OF MANAGEMENT AND MARKETING.

**THE MODULE 1. MANAGEMENT AND MARKETING HOW BASIS OF
ORGANIZATION OF PROIZVODSTVENNO-HOZYAYSTVENNOY
ACTIVITY OF ENTERPRISE»**

The purpose is to forming of modern administrative and complex of the special knowledges and abilities in relation to the system management by functional subsystems and elements of internal environment of organization at all stages of its life cycle.

The object of the course is the integrated aggregate of administrative relations in organization, its co-operation with an external environment, technology, technique, methods, functions and case frames by organizations, marketing bases.

The contents is organization activity and role in management and marketing; organizations how the objects of management; technology, technique, methods and case frames by organizations.

2. РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Структура навчальної дисципліни

Заочна форма навчання

Призначення: підготовка спеціалістів	Напрям, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS – 2,0 Модулів – 1, КР Змістових модулів – 3 Загальна кількість годин – 72 КР	Напрями: 0921 – «Будівництво» 6.060101 – «Будівництво» Спеціальність: 6.092108 – «Теплогазопостачання і вентиляція» Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	Статус дисципліни – вибіркова Рік підготовки: 3-й Семестр: 6-й Лекції – 6 год. Практичні – 4 год. Самостійна робота – 62 год. Вид підсумкового контролю: 6 семестр - залік

Примітка: співвідношення кількості годин аудиторних занять і самостійної роботи становить 15% до 85%.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час проведення аудиторних занять: лекційних, практичних. Найбільш складні питання винесено на розгляд і обговорення під час практичних занять. Також велике значення в процесі вивчення і закріплення знань має самостійна робота студентів. Усі ці види занять розроблені відповідно до положень Болонської декларації.

2.2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тематичний план дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1» складається з трьох змістових модулів, кожен з яких поєднує в собі відносно окремий самостійний блок дисципліни, який логічно пов'язує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом і взаємозв'язками.

Навчальний процес здійснюється в таких формах: лекційні, практичні заняття, самостійна робота студента. Зміст дисципліни розкривається в темах:

Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа організації виробничо-господарської діяльності підприємств

ЗМ 1.1. ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ І РОЛЬ В НІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ

Тема 1. Сутність та принципи основ менеджменту та маркетингу. Розвиток теорії та практики менеджменту, сучасні парадигми. Цілі спільної діяльності, суб'єкт та об'єкт управління, управлінські відносини. Рівні та сфери менеджменту. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Соціально-економічна сутність, основні терміни і поняття маркетингу: потреба, попит, обмін, позиціонування, ціноутворення, сегментування ринку, канали товарообігу, просування товару, життєвий цикл товару і підприємства.

Тема 2. Передумови сучасного проектування виробничо-господарської діяльності організацій.

Сутність, елементи та процес управлінського проектування, та його різновиди. Етапи регулювання: зворотний зв'язок, оцінка виконання, корегування рішень. Керівництво в організації, форми влади та впливу. Теорії лідерства. Стили управління. Адаптивне керівництво. Конфліктні ситуації: різновиди та причини виникнення. Природа організаційних змін, різновиди нововведень. Управління змінами, подолання опору. Організаційний розвиток.

Тема 3. Фактори та елементи проектування діяльності організацій.

Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Делегування повноважень. Побудова організації, організаційне проектування. Елементи організаційних структур, макро і мікроструктури. Класифікація, принципи та процес побудови організаційних структур управління.

ЗМ 1.2. ОРГАНІЗАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 4. Сутність категорії «організація».

Ознаки та загальні риси організацій, їх різновиди. Рівні та сфери менеджменту організацій. Закони організації, організаційні процеси. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність.

Тема 5. Організація як відкрита динамічна система.

Організація - відкрита соціально-економічна система. Взаємозв'язок та взаємозалежність внутрішніх елементів і факторів зовнішнього середовища підприємства. Середовище прямого впливу: постачальники, матеріали, капітал, трудові ресурси, споживачі, конкуренти. Середовище непрямого впливу: технології, стан економіки держави, соціально-культурні фактори, політичні фактори, демографія, культура.

Тема 6. Класифікація організацій як суб'єктів господарювання.

Класифікація організації, організаційне проектування. Елементи організаційних структур, макро - і мікроструктури. Принципи та процес побудови організаційних структур управління.

ЗМ 1.3. ТЕХНОЛОГІЯ, ТЕХНІКА, МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ

Тема 7. Технологія керівництва і лідерства.

Керівництво в організації, форми влади та впливу. Теорії лідерства. Формальне та неформальне лідерство. Стили управління. Адаптивне керівництво. Конфліктні ситуації: різновиди та причини виникнення. Модель і стадії розвитку конфлікту. Управлінський вплив на конфлікт. Природа організаційних змін, різновиди нововведень. Управління змінами, подолання опору. Організаційний розвиток. Природа стресу та управління ним.

Тема 8. Сутність і класифікація методів менеджменту.

Методи управління: організаційно-розпорядницькі, організаційно - стабілізуючі (регламентування, нормування, інструктування). Розпорядницькі (постанови, накази, розпорядження, указівки). Соціально-психологічні методи (виховання, пропаганди, агітації, переконання, самоврядування, мотивації, дисциплінарного впливу).

Тема 9. Види організаційних моделей управління.

Учасники діяльності організації, збалансування їх інтересів. Модель сучасного менеджера, його самовдосконалення. Моделювання (імітаційне,

каузальне). Моделі: фізична, аналогова, математична, теорія ігор, теорія черг, управління запасами, програмування.

Тема 10. Інформаційне забезпечення системи управління.

Класифікація видів комунікацій: по висхідній, між відділами, керівник - підлеглий, керівник-робоча група, неформальні комунікації. Зміст комунікаційного процесу (зародження ідеї, кодування і вибір каналу поширення інформації, передача, декодування, зворотний зв'язок, шум). Організаційні аспекти комунікацій (перекручування, перевантаження, незадовільна структура організації, управлінські впливи, зворотний зв'язок, пропозиції). Міжособистісні комунікації (перешкоди обумовлені сприйняттям, семантичні бар'єри, невербальні перешкоди, зворотний зв'язок, невміння слухати).

Тема 11. Техніка прийняття управлінських рішень.

Методи прийняття рішень: адміністративні (планування, організація, мотивація, контроль), інтуїтивні (судження, діагностика, обмеження, критерії; визначення, оцінка і вибір альтернативи; реалізація, зворотний зв'язок), економічні, соціально-психологічні, платіжна матриця, дерево рішень, прогнозування.

Тема 12. Ефективність управління організаціями.

Ефективність управління організацією. Методологія оцінки ефективності управлінських рішень. Діагностика управління: види, етапи, показники.

2.3. Розподіл часу за модулями і змістовими модулями та форми навчальної роботи студента

Таблиця 2.1 Розподіл часу за модулями і змістовими модулями (заочне навчання).

Модулі (семестри) та змістові модулі	Всього, кредит/ годин	Форми навчальної роботи			
		Лекції	Семінари, практичні	Лаб.	СРС
Модуль	2,0/72	6	4	-	62
ЗМ 1.1 Виробничо - господарська діяльність і роль в ній менеджменту і маркетингу	0,5/18	1	1	-	16
ЗМ 1.2 Організації як об'єкт менеджменту	0,5/18	1	1	-	16
ЗМ 1.3 Технологія, техніка, методи та моделі управління організаціями	1,0/36	4	2	-	30

Таблиця 2.2 Лекційний курс (заочне навчання)

Зміст	Кількість годин за спеціальностями, спеціалізаціями (шифр, аббревіатура)
	6.092100 ТГВ
ЗМ 1.1. Виробничо-господарська діяльність і роль в ній менеджменту і маркетингу	1
1. Сутність та принципи основ менеджменту та маркетингу. 2. Передумови сучасного проектування виробничо-господарської діяльності організацій. 3. Фактори та елементи проектування діяльності організацій.	1
ЗМ 1.2. Організація як об'єкт менеджменту	1
4. Сутність категорії «організація». 5. Організація як відкрита динамічна система. 6. Класифікація організацій як суб'єктів господарювання.	1
ЗМ 1.3. Технологія, техніка, методи та моделі управління організаціями.	4
7. Технологія керівництва і лідерства. 8. Сутність і класифікація методів менеджменту. 9. Види організаційних моделей управління. 10. Інформаційне забезпечення системи управління. 11. Техніка прийняття управлінських рішень. 12. Ефективність управління організаціями.	1 1 1 1 1
РАЗОМ	6

Таблиця 2.3 Практичні заняття (заочне навчання)

Зміст	Кількість годин за спеціальностями, спеціалізаціями (шифр, аббревіатура)
	6.092100 ТГВ
1	2
ЗМ 1.1. Виробничо-господарська діяльність і роль в ній менеджменту і маркетингу	1
1. Сутність та принципи основ менеджменту та маркетингу. 2. Передумови сучасного проектування виробничо-господарської діяльності організацій. 3. Фактори та елементи проектування діяльності організацій.	1
ЗМ 1.2. Організація як об'єкт менеджменту	1
4. Сутність категорії «організація». 5. Організація як відкрита динамічна система. 6. Класифікація організацій як суб'єктів господарювання.	1

Продовження табл.

1	2
ЗМ 1.3. Технологія, техніка, методи та моделі управління організаціями.	2
7. Технологія керівництва і лідерства. 8. Сутність і класифікація методів менеджменту. 9. Види організаційних моделей управління. 10. Інформаційне забезпечення системи управління. 11. Техніка прийняття управлінських рішень. 12. Ефективність управління організаціями.	2
РАЗОМ	4

2.4. Розподіл часу самостійної навчальної роботи студента

Самостійна навчальна робота розрахована на формування практичних навичок у роботі студентів зі спеціальною літературою, орієнтування їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань і глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем ефективного функціонування підприємства та його структурних підрозділів.

Таблиця 2.4 Самостійна навчальна робота студента

Форми самостійної роботи (за змістовими модулями)	Години	Форма звіту
	ТГВ	
1	2	3
ЗМ 1.1. Виробничо-господарська діяльність і роль в ній менеджменту і маркетингу	14	
Огляд основної та додаткової літератури	4	Конспект
Т.1 – Сутність та принципи основ менеджменту та маркетингу - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.2 - Передумови сучасного проектування виробничо-господарської діяльності організацій - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.3 - Фактори та елементи проектування діяльності організацій - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	4	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
ЗМ 1.2. Організація як об'єкт менеджменту	16	
Огляд основної та додаткової літератури	4	Конспект
Т.4 - Сутність категорії «організація» - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	4	Відповіді у зошиті для самостійних робіт

Продовження табл.

1	2	3
Т.5 - Організація як відкрита динамічна система - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	4	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.6 – Класифікація організацій як суб'єктів господарювання - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3] - вирішення завдання №1 [3.3]	4	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
ЗМ 1.3. Технологія, техніка, методи та моделі управління організаціями.	20	
Огляд основної та додаткової літератури	3	Конспект
Т.7 - Технологія керівництва і лідерства - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.8 – Сутність і класифікація методів менеджменту - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.9 - Види організаційних моделей управління - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.10 - Інформаційне забезпечення системи управління - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	2	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.11 - Техніка прийняття управлінських рішень - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Т.12 - Ефективність управління організаціями - ведення термінологічного словника [3.3] - розгляд контрольних запитань [3.3] - тестові завдання [3.3]	3	Відповіді у зошиті для самостійних робіт
Виконання КР [3.4]	15	Оформлення у відповідному порядку згідно з вимогами КР [3.4]
РАЗОМ:	65	

2.5. Засоби контролю та структура залікового кредиту

<i>Види та засоби контролю (тестування, контрольні роботи, індивідуальні завдання тощо)</i>	<i>Розподіл балів, %</i>
МОДУЛЬ 1. Поточний контроль зі змістових модулів	
Вибіркове опитування на практичних заняттях	
КР	
Підсумковий контроль за МОДУЛЕМ 1	
Залік	
Усього за модулем 1	100%

2.6. Методи та критерії оцінювання знань

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовують такі форми та методи контролю і оцінювання знань:

поточний контроль зі змістових модулів;
складання заліку.

Оцінку знань студентів з дисципліни здійснюють відповідно до вимог кредитно-модульної системи організації навчального процесу (КМСОНП), що є українським варіантом ECTS. Ця система базується на здійсненні наскрізного поточного контролю на аудиторному занятті у відповідності до його форми (лекційної, практичної).

Підсумковою оцінкою поточного контролю є оцінка за модуль, тобто реалізується принцип модульного обліку знань студентів.

Навчальним планом з дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа організації виробничо-господарської діяльності підприємств» передбачено складання заліку. Для оцінювання знань використовують чотирибальну національну шкалу та стобальну шкалу оцінювання ECTS.

Порядок здійснення поточного оцінювання знань студентів.

Поточне оцінювання знань студентів здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни, відвідування занять;

- виконання завдань на практичних заняттях;

- виконання завдань поточного контролю.

Робота студентів на практичних заняттях оцінюється за 4-бальною системою і згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів перекладається в систему оцінювання за шкалою ECTS (табл. 2.5).

При оцінюванні виконання практичних завдань увага приділяється їх якості й самостійності.

Поточний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом матеріалу лекційного модуля та вміння застосувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді письмового контролю (контрольна робота за білетами або тестування за вибором студента).

Поточний контроль проводиться у письмовій формі двічі по закінченню кожного зі змістових модулів після того як розглянуто увесь теоретичний матеріал та проведені практичні завдання в межах кожного з двох ЗМ.

Контроль здійснюється і оцінюється за двома складовими: лекційна (теоретична) і практична частини (розрахункові завдання). Для цього білети для проведення поточного контролю мають два теоретичні запитання та розрахункове завдання. Може бути також використано тестове завдання – за вибором студентів.

Знання оцінюються за 4-бальною системою за національною шкалою (контрольна робота) або за системою оцінювання за шкалою ECTS (тестові завдання) (табл. 2.5).

Проведення підсумкового контролю. Умовою допуску до заліку є позитивні оцінки з поточного контролю знань за змістовими модулями.

За умов кредитно-модульної системи організації навчального процесу до підсумкового контролю допускають студентів, які набрали в сумі за всіма змістовими модулями більше 30% балів від загальної кількості з дисципліни (або більше 50% балів з поточного контролю за всіма змістовими модулями).

Таблиця 2.5 Шкала перерахунку оцінок результатів контролю знань студентів

Оцінка за національною шкалою	Визначення назви за шкалою ECTS	ECTS оцінка	% набраних балів
ВІДМІННО	Відмінно – відмінне виконання лише з незначними помилками	A	більше 90 – 100
ДОБРЕ	Дуже добре – вище середнього рівня з кількома помилками	B	більше 80 – 90 включно
	Добре – у загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	C	більше 70 – 80 включно
ЗАДОВІЛЬНО	Задовільно – непогано, але зі значною кількістю недоліків	D	більше 60 – 70 включно
	Достатньо – виконання задовольняє мінімальні критерії	E	більше 50 – 60 включно
НЕЗАДОВІЛЬНО	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим, як перездати тест	FX*	більше 26 – 50 включно
	Незадовільно – необхідна серйозна подальша робота з повторним вивченням змістового модуля	F**	від 0 – 25 включно

* з можливістю повторного складання.

** з обов'язковим повторним курсом

Підсумковий контроль здійснюється у формі заліку. До складання заліку студенти допускаються після написання та захисту контрольної роботи. Виконання контрольних робіт є обов'язковою умовою для студентів заочної форми навчання. Завдання контрольних робіт складаються з двох питань, які передбачають роботу як зі спеціальною літературою, так із нормативною документацією.

Для оцінювання контрольних робіт передбачені наступні критерії:

«Зараховано» ставлять студентів, який досить повно та послідовно представив висвітлення завдань контрольної роботи. Роботу також зараховують, якщо студентом допущені незначні неточності формулювань.

«Не зараховано» ставлять студентів, який представив неправильні відповіді на поставленні завдання та допускає грубі помилки у формулюванні термінів дисципліни.

Проведення заліку є формою підсумкового контролю знань студентів.

Цей контроль передбачає оцінку знань за двобальною шкалою за наступними критеріями: «зараховано» та «не зараховано».

Оцінку «зараховано» виставляють у випадку, коли студент у повному обсязі засвоїв навчальний матеріал, виконував практичні завдання, Але допускав незначні помилки у формулюванні термінів.

Оцінку «не зараховано» виставляють у випадках, коли студент засвоїв навчальний матеріал не в повному обсязі або не засвоїв взагалі, допускав принципові помилки у відповідях на запитання, а також грубі помилки в розрахунках.

2.7. Інформаційно-методичне забезпечення

	Бібліографічні описи, Інтернет адреси	Теми, де застосовується
1. Основна література		
1	Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989.	1,2,3,4-7
2	Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов . – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.	1-5,8,9
3	Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. СПб: ПИТЕР, 1998.	1,2,3-5,8-10
4	Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1998.	1,3
5	Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основы менеджменту: підруч. — 2-ге вид., випр. і доп. — К. : Академвидав, 2007. — 464с.	1-4,6,7-12
6	Ноздрева Р.Б., Гречков В.Ю. Маркетинг. Учебник. М.: Экономистъ, 2003.	1,3
2. Додаткові джерела		
1	Беляцкий Н.П., Велесько С.Е., Питер Ройш. Управление персоналом.- Минск.: «Интерпрессервис, Эксперспектива», 2002.	3,4,5,6
2	Бил Гейтс. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Эксмо-Пресс, 2001.	1, 2, 3, 4, 5
3	Блэквелл Э. Как составить бизнес-план. – М.: Инфра-М, 1996.	1, 2, 3, 4,
4	Генри Ассель Маркетинг: принципы и стратегия. М.-ИНФРА-М, 1999.	1,2
5	Франчук В. І., Копелев І. Ю., Палига Є. М. Основы сучасного маркетингу: Навч. посіб. / Є.М. Палига (ред.). — Л. : Тріада плюс, 2006. — 144 с.	1-6,8,10,12
3. Методичне забезпечення		
1	Макаренко І.І. Конспект лекцій «Основы менеджменту й маркетингу»	1-12
2	Макаренко І.І. Методичні рекомендації до самостійного вивчення курсу «Основы менеджменту».	1-12
3	Макаренко І.І. Методичні рекомендації до самостійного вивчення курсу «Основы маркетингу».	1-12
4. Internet ресурси		
	Цифровий репозиторій ХНАМГ // www.ksame.ua	

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

БОГДАН Наталія Миколаївна

Програма і робоча програма навчальної дисципліни **«Основи менеджменту і маркетингу. Модуль 1. Менеджмент і маркетинг як основа виробничо-господарської діяльності підприємства»** для студентів 3 курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, напряму підготовки 6.060101 – «Будівництво», спеціальності – «Теплогазопостачання і вентиляція»

Редактор *З.І. Зайцева*
Комп'ютерна верстка: *І.О. Храпко*

План 2010, поз. 379 Р

Підп. до друку 11.01.2011 р.
Друк на ризографі
Тираж 15 пр.

Формат 60x84 1/16
Ум. друк. арк. 0,9
Зам. № 6802

Видавець і виготовлювач:
Харківська національна академія міського господарства,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@ksame.kharkov.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК №731 від 19.12.2001