

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 Національний авіаційний університет
 Факультет міжнародних відносин
 Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу



УЗГОДЖЕНО
 Декан ФМВ


 Ю. Волошин
 «07» 09 2021 р.

ЗАТВЕРДЖУЄ
 Проректор з навчальної роботи

 «05» 10 2021 р.



Система менеджменту якості

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»


Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Форма навчання	Сем.	Усього (год. / кредитів ECTS)	ЛКЦ	ПР.З	Л.З	СРС	ДЗ / РГР / К.р	КР / КП	Форма сем. контролю
Денна	3	105/3,5	34	17	–	54	(4) ДЗ - 3 с	–	Екзамен 3 с.
Заочна	3,4	105/3,5	8	6	–	91	К.р. - 4 с	–	Екзамен 4 с.

Індекс: НБ - 17 - 292 - 2 / 21 – 2.1.17

НБ - 17 - 292 - 2 з / 21 – 2.1.17

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 2 з 13	

Робочу програму навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» розроблено на основі освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес», навчальних та робочих навчальних планів НБ-17-292-2/21, РБ-17-292-2/21 та НБ-17-292-2з/21, РБ-17-292-2з/21 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини» та відповідних нормативних документів.

Робочу програму розробила:
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу



Ричка М.А.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри освітньо-професійної програми «Міжнародний бізнес», спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» на кафедрі міжнародних економічних відносин та бізнесу, протокол № 10 від «30» червня 2021 р.

Гарант освітньо-професійної програми
«Міжнародний бізнес»



Сидоренко К.В.

Завідувач кафедри



Степанов О.С.

Робочу програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету міжнародних відносин, протокол № 10 від «06» вересня 2021 р.

Голова НМРР




Сидоренко К.В.

Рівень документа – 36


Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 3 з 13	

ЗМІСТ

	Сторінка
Вступ	4
1. Пояснювальна записка	4
1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни	4
1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна	4
1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна	4
1.4. Міждисциплінарні зв'язки	5
2. Програма навчальної дисципліни	5
2.1. Зміст навчальної дисципліни	5
2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля	5
2.3. Тематичний план	8
2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН)	9
2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену	9
3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни	9
3.1. Методи навчання	9
3.2. Рекомендована література (базова і допоміжна)	9
3.3. Інформаційні ресурси в Інтернет	11
4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань та вмінь	11

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 4 з 13	

ВСТУП

Робоча програма (РП) навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва» розроблена на основі «Методичних рекомендацій до розроблення і оформлення робочої програми навчальної дисципліни денної та заочної форм навчання», затверджених наказом ректора від 29.04.2021 № 249/од, та відповідних нормативних документів.

1. Пояснювальна записка

1.1. Місце, мета, завдання навчальної дисципліни.

Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у галузі міжнародних відносин

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів системи знань про сутність і зміст менеджменту як мистецтво управління, про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції, та засвоєння теоретичних основ підприємницької діяльності та практичних навичок в різних сферах економіки.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:


- дати понятійний апарат у сфері здійснення управлінської діяльності;
- навчити студентів приймати обґрунтовані управлінські рішення в ситуаціях ринкової невизначеності;
- сформувати у студентів вміння самостійно приймати правильні рішення щодо оцінки пошуку оптимальних форм здійснення керівництва, вибору ефективної форми мотивації.
- сформувати практичні навички розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій;
- дати понятійний апарат в сфері здійснення підприємницької діяльності;
- узагальнити інформацію про форми, види, засади, методи здійснення підприємницької діяльності в Україні.

1.2. Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

- планувати, організовувати, мотивувати, оцінювати та підвищувати результативність колективної праці, здійснювати дослідження в групі під керівництвом лідера, з урахуванням вимог та особливостей сьогодення в умовах обмеженості часу;
- розуміти і мати навички з ведення ділового протоколу та ділового етикету у сфері міжнародних економічних відносин, враховуючи особливості міжкультурного спілкування на професійному та соціальному рівнях, як державною так і іноземними мовами;
- володіти навичками аналізу можливостей торговельного потенціалу країн світу та України з метою виявлення потенційно можливих та ефективних форм і умов організації міжнародного бізнесу, зокрема, у сфері авіаційних перевезень.

1.3. Компетентності, які дає можливість здобути навчальна дисципліна.

- здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері міжнародних відносин у цілому та міжнародних економічних, зокрема, а також у процесі навчання, що передбачає застосування новітніх теорій та методів при здійсненні комплексних досліджень світогосподарських зв'язків, характеризується комплексністю та невизначеністю умов;
- здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;
- здатність планувати та управляти часом;
- здатність працювати в команді;

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 5 з 13	

–здатність обґрунтовувати доцільність застосування правових, економічних та дипломатичних методів (засобів) вирішення конфліктних ситуацій на міжнародному рівні;

–здатність і готовність спрямувати дії до креативного стилю підприємницького мислення, виховання лідерів, які здатні активно діяти у сфері міжнародного бізнесу, здійснювати ефективне управління розвитком міжнародних компаній, зокрема, авіаційних.

1.4. Міждисциплінарні зв'язки.

Дана дисципліна базується на знаннях таких дисциплін, як «Мікро- та макроекономічні основи міжнародного бізнесу», та взаємопов'язана з дисципліною «Менеджмент ЗЕД підприємства».

2. Програма навчальної дисципліни.

2.1. Зміст навчальної дисципліни

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модулю, а саме навчального модулю № 1 «Теоретичні основи менеджменту, маркетингу і підприємництва», який є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною навчальною дисципліною, засвоєння якої передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

2.2. Модульне структурування та інтегровані вимоги до кожного модуля

Модуль 1. «Теоретичні основи менеджменту, маркетингу і підприємництва»

Інтегровані вимоги модуля №1:

ЗНАТИ:

–сутність, зміст та функції менеджменту для управління підприємствами в ринкових умовах;

–сучасні концепції маркетингу як механізми задоволення потреб споживачів;

–сутність підприємництва, зокрема авіаційної галузі, та його роль в економічному розвитку суспільства.

ВМІТИ:

–застосовувати механізми менеджменту для в підприємствах, які займаються виробництвом продукції видавництва і поліграфії, а також в авіаційній галузі;

–використовувати маркетингові концепції для ринку продукції видавництва і поліграфії, а також підприємств в авіаційній галузі.

Тема 1. Менеджмент як наука ефективного управління в ринкових умовах.


Суть, поняття, цілі і завдання менеджменту. Предмет, суб'єкт, об'єкт менеджменту. Система методів менеджменту. Принципи менеджменту. Механізми впливу менеджменту на людину. Основні історичні етапи і школи менеджменту. Сучасна парадигма менеджменту. Горизонтальний і вертикальний розподіл праці управлінських працівників. Відмінності між поняттями менеджмент та управління. Північноамериканська, західноєвропейська, японська модель менеджменту. Найбільш важливі положення управління українською економікою та становлення сучасного вітчизняного менеджменту.

Тема 2. Функції менеджменту: «визначення цілей», планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання.

Сутність та класифікація функції менеджменту. Процес та механізм менеджменту. Сутність та класифікація цілей менеджменту. Ієрархія цілей. Послідовність розроблення та реалізації цілей.

Функція організації в менеджменті. Види організацій. Структури управління (традиційна і органічна) та критерії їх оцінки. Побудова організацій. Організаційні структури управління.

Прогнозування і планування - провідна функція в системі управління. Місія організації. Види планування залежно від рівня управлінських працівників. Стратегія і тактика. Аналіз середовища за методом SWOT. Бізнес-планування. Функції і призначення

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 6 з 13	

бізнес-плану. Структура бізнес-плану. Аналіз стратегічних альтернатив. Відповідальність, делегування, повноваження. Планування, набір і відбір персоналу.

Сутність мотивування. Арсенал мотиваційних засобів: психологічні теорії мотивування, теоретико-прикладні засади, матеріальне стимулювання. Система контролювання. Види контролю. Мотивація як функція менеджменту. Потреби, мотиви, стимули. Закон результату. Найважливіші теорії мотивації. Ієрархія потреб А. Маслоу, теорія потреб Д. Мак Клеелланда: влади, успіху і причетності. Теорія «гігієнічних чинників» і «мотиваторів» Ф. Герцберга. Теорія очікувань В. Врума. Теорія справедливості С. Адамса.

Поняття контролю в менеджменті, його цілі і завдання. Види контролю. Повна модель процесу контролю. Поведінкові аспекти контролю. Рекомендації Ньюмена для менеджерів, які б не хотіли негативної дії контролю на поведінку співробітників. Характеристики ефективного контролю: орієнтація на результати, відповідність ділу, своєчасність і гнучкість контролю, простота і економічність контролю. Контроль на міжнародному рівні. Ефективність менеджменту.

Сутність регулювання як загальна функція менеджменту. Планування управлінські рішення та оперативне реагування на хід подій.

Тема 3. Інформація і комунікація в менеджменті.

Управлінська інформація, види, джерела. Вимоги до інформації. Діловодство і документація. Ділові документи та службові листи. Робота з Інтернет – ресурсами. Елементи комунікаційного процесу. Комунікаційні мережі. Формальні і неформальні комунікації. Зовнішні і внутрішні джерела. Бар'єри комунікацій. Попередження і подолання комунікаційних бар'єрів.

«5 С» ефективної комунікації.

Сутність управлінського рішення, Технологія прийняття рішення. Стадія підготовки. Стадія ухвалення. Стадія реалізації рішення. Класифікація управлінських рішень. Критерії якості управлінського рішення. Рішення, що приймаються в ситуаціях невизначеності і ризику. Методи прийняття рішень. Евристичні методи: «Дельфи» та «Мозкового штурму»

Тема 4. Влада і лідерство в менеджменті.

Поняття "група" в організації. Типи поведінки в неформальних групах і лідерство. Формальні і неформальні організації. Необхідність використання неформальних зв'язків в інтересах офіційного управління. Влада як форма цілеспрямованого впливу. Форми влади. Керівництво як процес здійснення влади. Стилі керівництва: автократичний, демократичний і ліберальний. Їх сильні і слабкі сторони. Феномен лідерства. Повний, особистий і формальний авторитет. Вплив на людей - основа лідерства. Класифікація підходів для розуміння лідерства. Поведінковий підхід і стилі керівництва.

Кар'єра, види кар'єри. Планування кар'єри. Управління конфліктами.

Способи вирішення конфліктних ситуацій.

Тема 5. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті.


Види відповідальності в менеджменті: юридична, інформаційна, корпоративна, фінансово-економічна, соціальна. Етика в менеджменті. Причинами неетичної діяльності службовий етикет.

Тема 6. Сучасна концепція маркетингу. Маркетинг як механізм задоволення потреб споживачів.

Поняття маркетингу, його сутність, основна мета і цілі. Концепції маркетингу. Принципи і функції маркетингу. Вихідні поняття, що лежать в основі маркетингу: нужда, потреба, попит, товар, обмін, угода, ринок. Основні функції маркетингу. Зміст маркетингу. Види попиту та види маркетингу на основі попиту.

Тема 7. Маркетингове середовище та маркетингова інформація

Суть поняття "маркетингове середовище". Необхідність дослідження маркетингового середовища. Склад маркетингового середовища: мікросередовище та макросередовище. Основні фактори мікросередовища функціонування фірми: постачальники, маркетингові посередники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії. Основні фактори макросередовища

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 7 з 13	

функціонування фірми: демографічне середовище, економічне середовище, природне середовище, науково-дослідне середовище, політичне середовище, культурне середовище.

Система маркетингової інформації, її склад. Система внутрішньої звітності. Система збору зовнішньої поточної маркетингової інформації. Система маркетингових досліджень. Система аналізу маркетингової інформації.

Маркетингове дослідження, особливості його проведення. Основні етапи маркетингового дослідження. Дослідження ринку, споживачів і конкуренції. Світовий досвід дослідження ринків

Тема 8. Маркетингова товарна політика та моделі поведінки споживачів.

Товар, його характеристики, рівні товару. Споживчі властивості товару. Класифікація товарів. Життєвий цикл товару. Товарна марка, її значення для фірми та використання. Упаковка як одне із знарядь маркетингу. Види упаковки. Послуги для клієнтів як елемент товарної політики. Товарний асортимент, показники, що його характеризують. Товарна номенклатура. Процес розробки нового товару, конкурентоспроможність.

Споживчі ринки, купівельна поведінка індивідуальних і організованих споживачів. Основні чинники, що впливають на поведінку споживача.

Тема 9. Маркетингова цінова політика

Ціноутворення на різних типах ринків: чиста конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія. Методика розрахунку ціни. Постанова завдань ціноутворення. Визначення попиту та аналіз факторів, що викликають його зміну. Оцінка та види витрат. Аналіз цін та товарів конкурентів. Вибір методу ціноутворення: “середні” витрати плюс прибуток; розрахунок ціни на основі аналізу беззбитковості і забезпечення цільового прибутку; встановлення ціни на основі відчуття цінності товару; встановлення ціни на основі рівня поточних цін; встановлення ціни на основі закритих торгів. Встановлення кінцевої ціни. Цінові стратегії.

Тема 10. Маркетингова політика комунікацій та стимулювання

Комплекс маркетингових комунікацій. Реклама, стимулювання збуту, пропаганда, особистий продаж. Основні елементи процесу комунікації. Етапи розробки ефективної комунікації. Розробка комплексного бюджету стимулювання. Відбір елементів комплексу стимулювання. Фактори, що впливають на вибір засобів стимулювання.


Реклама, її суть та значення. Види реклами. Основні рішення в сфері реклами. Стимулювання збуту як форма комунікації. Основні етапи, які проходить фірма при розробці заходів по стимулюванню збуту. Пропаганда, її місце в комплексі маркетингового стимулювання. Організація пропагандистської діяльності.

Тема 11. Сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку суспільства. Сучасне трактування поняття «підприємство». Види бізнесу. Співвідношення понять бізнес і підприємство. Типи та форми підприємницької діяльності, її ознаки та принципи здійснення. Підприємницьке середовище, його характеристика. Суб'єкти і об'єкти підприємницької діяльності. Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності. Економічні та правові засади підприємництва. Роль підприємництва в економіці держави. Фактори, що впливають на розвиток підприємництва в Україні. Основні законодавчі та нормативні акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні. Складності та перспективи розвитку бізнесу.

Тема 12. Підприємець як ключова фігура ринкової економіки.

Формування підприємницького мислення та мотиваційні критерії бізнесу. Підприємець – ключова фігура ринкової економіки. Особисті і суспільні якості підприємця. Плюси і мінуси заснування власної справи. Права, обов'язки та відповідальність підприємця. Економічна, юридична, етична та соціальна відповідальність. Форми соціальної відповідальності. Підприємницька таємниця, захист секретів фірми.

Тема 13. Організаційні основи та форми підприємництва. Правове забезпечення розвитку підприємництва.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 8 з 13	

Життєвий цикл підприємства. Характеристика приватного, колективного та державного підприємства. Класифікація основних форм ведення бізнесу, характеристика їх переваг і недоліків. Господарські товариства. Акціонерні товариства публічного та приватного права. Економічна сутність малого підприємства. Функції малого підприємства. Особливості розвитку малого підприємства в Україні й за кордоном. Сутність селянського (фермерського) господарства. Види та об'єднання підприємств. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу. Елементи ринкової інфраструктури.

Правова база розвитку підприємства. Проблеми правового забезпечення підприємства в Україні. Удосконалення нормативно-правової бази розвитку підприємства. Технологія заснування власної справи.

Засновницькі документи та їх підготовка. Статутний капітал та його формування. Державна реєстрація підприємства. Ліцензування підприємницької діяльності. Сутність процесу ліцензування. Основні положення Закону України «Про ліцензування деяких видів підприємницької діяльності». Дозвільні види підприємницької діяльності. Органи державної влади, що видають ліцензії. Плата за видачу ліцензії.

Сутність та методи державного регулювання підприємства. Державна політика підтримки підприємства.

Тема 14. Фінансове забезпечення і оподаткування малого бізнесу.

Підприємницький капітал. Джерела утворення і елементи. Залучення кредитних ресурсів. Критерії кредитоспроможності позичальника. Види кредитів. Форми і види лізингу. Сутність факторингу. Податкова система України, класифікація податків. Оподаткування та оподатковуваний прибуток. Застосування загальної та спрощеної системи оподаткування. Єдиний податок для фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб. Підстави щодо можливості застосування спрощеної системи оподаткування, з урахуванням змін до Податкового кодексу. Порядок нарахування і сплати єдиного соціального внеску.

Тема 15. Підприємницький ризик і страхування


Сутність підприємницького ризику. Його основні ознаки. Оцінка та класифікація ризиків. Чинники ризику. Джерела ризиків та методи їх усунення. Ймовірність настання ризиків. Технологічні, технічні, організаційні, економічні заходи безпеки підприємницької діяльності. Класифікація ризиків. Страхування як метод зменшення втрат від ризиків. Блокчейн-технологія як інструмент вдосконалення механізму фінансування малого та середнього бізнесу в Україні.

Тема 16. Підприємство в авіакосмічній галузі країн світу, зокрема в Україні

Висока технологічна складність транспортних засобів та ергономічність, розвиток інтелектуальних транспортних систем, застосування інформаційних та електронних технологій, засобів супутникової навігації; підвищення рівня безпеки авіаційного транспорту, посилення заходів захисту авіації від актів незаконного втручання; розвиток мультимодальних транспортних технологій та інфраструктурних комплексів під різні види транспорту, інтероперабельність.

Глобалізація трансконтинентальних авіаційних перевезень в рамках потужних світових альянсів; зростання ролі дешевих («лоу-кост») авіаперевезень для прямих міжрегіональних сполучень; підвищення доступності авіаперевезень для населення, розвиток міжнародного авіатуризму, міграція трудових ресурсів у більш віддалені регіони світу.

Демоніфікація космічної галузі України. Стрімкий розвиток та комерціалізація космічних послуг на світовій арені.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 9 з 13	

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Структура навчальної дисципліни


В розділі подається розподіл навчального часу за формами навчання та видами занять відповідно до робочого навчального плану.

Таблиця 2.1

№ пор.	Назва теми (тематичного розділу)	Обсяг навчальних занять (год.)							
		Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
		Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС	Усього	Лекції	Практ. заняття	СРС
Модуль № 1 «Теоретичні основи менеджменту, маркетингу і підприємництва»		3 семестр				3 семестр			
1.1	Менеджмент як наука ефективного управління в ринкових умовах.	7	2	2	3	3,5	0,5	-	3
1.2	Функції менеджменту: «визначення цілей», планування, організування, мотивування, контролювання, регулювання.	5	2	-	3	3,5	0,5	-	3
1.3	Інформація і комунікація в менеджменті.	7	2	2	3	3,5	0,5	-	3
1.4	Влада і лідерство в менеджменті.	5	2	-	3	3,5	0,5	-	3
1.5	Соціальна відповідальність та етика в менеджменті.	7	2	2	3	3,5	0,5	-	3
1.6	Сучасна концепція маркетингу. Маркетинг як механізм задоволення потреб споживачів.	5	2	-	3	3,5	0,5	-	3
1.7	Маркетингове середовище та маркетингова інформація	7	2	2	3	3,5	0,5	-	3
1.8	Маркетингова товарна політика та моделі поведінки споживачів.	5	2	-	3	3,25	0,25	-	3
1.9	Маркетингова цінова політика.	7	2	2	3	2,25	0,25	-	2
Всього за 3 семестр (ЗФН)						30	4	-	26
1.10	Маркетингова політика комунікацій та стимулювання	5	2	-	3	4 семестр			
						10,5	0,5	1	9
1.11	Сутність підприємництва та його роль в економічному розвитку суспільства.	7	2	2	3	10	1	1	8
1.12	Підприємець як ключова фігура ринкової економіки.	5	2	-	3	9,5	0,5	1	8
1.13	Організаційні основи та форми підприємництва. Правове забезпечення розвитку підприємства	7	2	2	3	9,5	0,5	1	8
1.14	Фінансове забезпечення і оподаткування малого бізнесу.	5	2	-	3	9,5	0,5	1	8
1.15	Підприємницький ризик і страхування.	8	2	2	4	9	0,5	0,5	8
1.16	Підприємництво в авіакосмічній галузі країн світу, зокрема в Україні	7	2	1	4	9	0,5	0,5	8
1.17	Модульна контрольна робота №1	6	2	-	4	-	-	-	-
1.18	Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	-	-	-	8	-	-	8
Усього за модулем № 1		105	34	17	54	-	-	-	-
Усього за 4 семестр ЗФН		-	-	-	-	75	4	6	65
Усього за навчальною дисципліною		105	34	17	54	105	8	6	91

2.4. Домашнє завдання, завдання на контрольну (домашню) роботу (ЗФН).

Домашнє завдання виконується відповідно до затверджених в установленому порядку методичних рекомендацій, з метою закріплення та поглиблення теоретичних знань та вмій студентів і є важливим етапом у засвоєнні навчального матеріалу дисципліни.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 10 з 13	

Конкретна мета домашнього завдання, в залежності від варіанту завдання, полягає у засвоєнні студентами базових понять та знань сучасної теорії і практики менеджменту. Здобувач ВО має розбиратися в особливостях функціонування різних організаційно-правових форм організацій, добре володіти методами управління фінансами, маркетингом, персоналом та стратегією розвитку підприємства в умовах конкурентного середовища.

Час, необхідний для виконання домашнього завдання – до 8 годин самостійної роботи.

Завдання на **контрольну (домашню) роботу (ЗФН)** розробляються автором робочої програми. Вказані навчальні матеріали затверджуються протоколом засідання випускової кафедри і доводяться до відома студента індивідуально.

2.5. Перелік питань для підготовки до екзамену.

Перелік питань та зміст завдань для підготовки до **екзамену**, розробляються провідним викладачем кафедри відповідно до робочої програми, затверджується на засіданні кафедри та доводиться до відома студентів.

3. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ З ДИСЦИПЛІНИ

3.1. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни застосовуються причинно-наслідковий метод, аналізу і синтезу, індукції та дедукції, метод порівнянь, синергетичний метод, пояснювально-ілюстративний метод, частинно-пошуковий, дослідницький метод, проблемного викладу; застосовуються такі навчальні технології, як: робота в малих групах, «мозкового штурму», вирішення кейсів, семінар-дискусія, презентація, рольова гра тощо.

Інформаційне забезпечення – доступ до мережі інтернет, сервіси Google GSuite for Education (Google Classroom, Google Meet, Google форми / документи / таблиці / презентації, Jamboard, Trello, ProjectWork planning).

3.2. Рекомендована література

Базова література

3.2.1 Свидрук І. І. Концептуально-методологічні основи розвитку креативного менеджменту національного господарства України: монографія / І. І. Свидрук. – Львів : Растр-7, 2018. – 450 с.

3.2.2 Управління бізнесом: [Навч. посібн]/ Т.І. Балановська, А.В. Троян - К.: НУБіП, 2019. - 401 с.

3.2.3 Управління організаційним розвитком підприємства: [Навч. посібн] / В. П. Горьовий, Ю.В. Біляк, М.О.Самофалова – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 360с.

3.2.4 Менеджмент: [Навч. посібн]/ Ю.В. Біляк, М.О.Самофалова – К.: ЦП «Компринт», 2019.- 360с.

3.2.5 Сорока П.М., Харченко В.В., Харченко Г.А. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: [Навч. посібн]/ П.М. Сорока, В.В. Харченко, Г.А. Харченко. - К.: НУБіП, 2019. - 518 с.


3.2.6 Резнік Н.П. Слободяник А.М. Детермінанти розвитку біржового ринку агропродовольчої продукції в Україні: монографія – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 157 с.

3.2.7 Резнік Н.П. Слободяник А.М. Молокопереробна та олієжирова промисловість у формуванні системи продовольчої безпеки України: монографія – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 354с.

3.2.8 Біляк Ю.В., Самофалова М.О. «Інновації: теорія, методологія, практика управління»: монографія– К. : ЦП «Компринт», 2019. – 409с.

3.2.9 Забуранна Л. В., Резнік Н. П., Балановська Т. І., Гогоуля О. П., Слободяник А. М. Розвиток сільського підприємництва в Україні з урахуванням чинника євроінтеграції: монографія. Київ: НУБіП України, 2019. 438 с.

3.2.10 Горьовий В.П. Управління потенціалом якості. Навчальний посібник. Повторне видання. Київ. 2018. Балановська Т.І., Гогоуля О.П., Драгнева Н.І., Драмарецька К.П., Троян А.В. Управління персоналом: навчальний посібник (перевидання). Київ. 2018. 416 с.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 11 з 13	

3.2.11 Економіка і підприємництво, менеджмент: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти III–IV рівня акредитації з напряму підготовки 6.090101 «Агрономія» / Рогач С.М., Гуцул Т.А., Ткачук В.А., Балан О.Д., Балановська Т.І., Гоголю О.П. Київ. 2018. 714 с.

3.2.12 Горьовий В.П., Гоголю О.П., Харченко Г.А. Менеджмент і адміністрування. Практикум. Видання 2-ге. - К. -1. Київ. 2018.

3.2.13 Основи підприємництва: Підручник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.] ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. – Житомир : ЖДТУ, 2019. – 493 с.

Допоміжна література

3.2.1. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 8.07.2010 р. № 2464-VI (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

3.2.2. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495- (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> 3. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2756- VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

3.2.3. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>. 5. Закон України Про ліцензування видів господарської діяльності (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 23, ст.158) / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19/paran4#n4>. 6. Закон України Про ціни і ціноутворення (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 19-20, ст.190) / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

3.2.4. Говорушко Т.А. Підходи до визначення принципів та методів планування діяльності підприємства / Т.А. Говорушко, Л.О. Приходько. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vuzlib.com.ua/articles/book/29551-P%D1%96dkhodi_do_viznjachennja_pri/1.html.

3.2.5. Європейська хартія для малого бізнесу Європи. Офіційний переклад – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_860

3.2.6. Поліщук Г. О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід // Актуальні проблеми державного управління. 1(51)/2017. – С.1-9. Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/ebook/apdu/2017-1/doc/6/03.pdf>.


3.2.7. Certo Samuel C. Modern management: concepts and skills / Samuel C. Certo, S. Trevis Certo. – 12th ed. – Prentice Hall, 2011. – 580 p. 10. DuBrin Andrew J. Essentials of Management / Andrew J. DuBrin. – 9 th ed. – Cengage Learning, 2010. – 727 p. 11. Encyclopedia of management / Edited by M. M. Helmes. – 5 th ed. – Farlington Hills : Thomson Gale, 2006. – 1028 p.

3.2.8. Ричка М.А. Лізінг як спосіб функціонування та можливість розвитку української авіаційної промисловості // Інтегровані інтелектуальні робототехнічні комплекси (ІРТК – 2014): VII міжнар. наук.-практ. конф., 19-20 травня 2014 р.: тези доп. – К., 2014. – С. 423-424. – Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/29920>

3.2.9. Ричка М.А. Tone of voice у соціальних мережах міжнародних компаній / М.А. Ричка, К.С. Загородня // The 9th International scientific and practical conference “Scientific achievements of modern society” (April 28-30, 2020) Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. 2020. P. 928-939 (1175 p.) – Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42793>

3.2.10. Сидоренко К.В. Лібералізація ринку послуг з наземного обслуговування в умовах глобальної конкуренції / О. М. Ложачевська, К. В. Сидоренко // Sciences of Europe. – 2016. – №4. – V.1. – P. 37-40. – Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/42955>

3.2.11. Набок І.І. Глобальні стратегічні альянси в авіаційній галузі: сучасний стан і тенденції розвитку // Стратегія розвитку України: наук. журн. – К.: НАУ, 2017. – №2.- с. 130-134 – Режим доступу: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/37743>

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 12 з 13	

3.3. Інтернет-ресурси

- 3.3.1. www.zakon.rada.gov.ua
3.3.2. www.minagro.gov.ua/
3.3.3. www.dkrp.gov.ua/
3.3.4. <http://www.ukrbusiness.com.ua/>
3.3.5. <http://www.management.com.ua/>

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ.

4.1. Методи контролю та схема нарахування балів. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Вид навчальної роботи	Мах кількість балів	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
	3 семестр	3-4 семестр
Модуль № 1 « Теоретичні основи менеджменту, маркетингу і підприємництва»		
Робота на практичних заняттях	36.x15=45	106.x2=20
Виконання тестових завдань	15	10
Домашнє завдання	10	-
Контрольна (домашня) робота (ЗФН)	-	30
<i>Для допуску до виконання модульної контрольної роботи №1 студент має набрати не менше 42 балів</i>		-
Виконання модульної контрольної роботи №1	10	-
Усього за модулем № 1	80	60
Семестровий екзамен	20	40
Усього за дисципліною	100	100


4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (Додаток 3).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

4.4. Сума підсумкової семестрової модульної та екзаменаційної рейтингових оцінок, у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

4.5. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента, наприклад, так: **92/Відм./А, 87/Добре/В, 79/Добре/С, 68/Задов./D, 65/Задов./Е** тощо.

4.6. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій семестровій рейтинговій оцінці. Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.

	Система менеджменту якості. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та підприємництва»	Шифр документа	СМЯ НАУ РП 15.01.01 – 01-2021
		стор. 13 з 13	

(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				