

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



**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ
ДОМАШНЬОГО ЗАВДАННЯ**

**з дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу, підприємництва»
для студентів**

**Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»
Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»
Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»**

Київ – 2021

Розробник:

Ричка М.А., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Рецензенти:

Набок І.І., к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ

Балабанова Г.П., к.філос. н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ НАУ

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Факультету міжнародних відносин НАУ

Протокол № 11 від 26.08.2021 р.

Методичні рекомендації щодо підготовки домашнього завдання містять вступ, мету та завдання, склад, обсяг і структуру, методичні рекомендації до виконання аналітичної частини, список основної та додаткової літератури, додатки. Для студентів, галузі знань 29 «Міжнародні відносини» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» освітньо-професійної програми: «Міжнародний бізнес».

ЗМІСТ

ВСТУП.....
I. ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ	7
II. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ.....	9
III. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	14
IV. ТЕМАТИКА ДОМАШНІХ ЗАВДАНЬ.....	17
V. ЗРАЗОК ТИТУЛЬНОЇ СТОРІНКИ.....	25

ВСТУП

Дисципліна «Основи менеджменту, маркетингу, підприємництва» є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують міжнародний профіль фахівця в області 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;
- Сформувані у студентів вміння самостійно приймати правильні рішення щодо оцінки пошуку оптимальних форм здійснення керівництва, вибору ефективної форми мотивації.
- Сформувані 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.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких **компетентностей**:

- 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 реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

– 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 навчатися та бути сучасно навченим.

– Здатність планувати та управляти часом.

– Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

– Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

– 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.

– Здатність пропонувати нові рішення у сфері міжнародного бізнесу на основі логічних аргументів з урахуванням особливостей і тенденцій розвитку авіаційно-космічної галузі.

Результати навчання, які дає можливість досягти навчальна дисципліна.

– Відповідально ставитися до професійного самовдосконалення, усвідомлюючи необхідність навчання впродовж усього життя, проявляти толерантність та готовність до інноваційних змін.

– Застосовувати набуті знання щодо гео економічних аспектів та основних тенденцій розвитку міжнародного бізнесу для визначення перспективних форм співробітництва у зовнішньоекономічній діяльності, зокрема, у авіаційно-космічній галузі.

– Формулювати висновки і пропозиції, вирішувати проблемні ситуації та розв'язувати практичні завдання у сфері міжнародного бізнесу, передусім, у авіаційно-космічній галузі з урахуванням невизначеності умов і вимог середовища міжнародних економічних відносин.

I. ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ

1.1. Вибір тематики

Вибір теми домашнього завдання є прерогативою студента. При цьому йому необхідно керуватися наступним:

- науковими інтересами та власними уподобаннями;
- актуальністю проблеми, що розглядається в роботі;
- можливостями отримати необхідні матеріали для підготовки роботи;
- власним потенціалом розробки обраної теми на належному рівні.

Теми обираються із розробленого кафедрою переліку (стор. 23) та можуть бути скореговані у відповідності з побажаннями студента.

1.2. Графік виконання та контроль за його дотриманням

Календарний графік підготовки та захисту орієнтований на графік, встановлений кафедрою і направлений на забезпечення якості виконання роботи. Він покликаний вирішити наступні завдання:

- надати методичну допомогу студентам в організації процесу підготовки;
- створити систему контролю за ходом підготовки з боку кафедри;
- забезпечити систематичність та самостійність виконання студентом усіх робіт, передбачених індивідуальним завданням.

1.3. Критерії оцінювання

Критерії оцінки ДЗ є методичним засобом, що використовується з метою виявлення відповідності професійних компетенцій студента вимогам Галузевого стандарту освіти.

У процесі визначення оцінки враховується дві складові показників якості ДЗ – якість її змісту і якість захисту:

За змістовними аспектами оцінки роботи:

- актуальність обраної теми дослідження;
- спрямованість роботи на розробку реальних практичних рекомендацій;
- відповідність роботи поставленим цілям і завданням;
- широта й адекватність методологічного та діагностичного апарату;
- наявність альтернативних підходів до вирішення визначених проблем;
- ступінь самостійності проведення дослідження;
- володіння професійною мовою при викладенні матеріалів;
- загальне оформлення.

За якістю захисту роботи:

- вміння стисло, послідовно та чітко викласти сутність і результати дослідження;
- володіння культурою презентації.

Загальне оцінювання домашнього завдання студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до навчальної програми дисципліни дорівнює 10 балів.

II. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ

2.1. Текст

Важливим етапом виконання домашнього завдання є оформлення її тексту. Від цього суттєво залежатимуть її якість, а отже, і оцінка.

ДЗ має бути виконаною та оформленою з додержанням усіх технічних вимог до наукових робіт. Текст роботи має бути набраний на комп'ютері з дотриманням усіх вимог.

Текст виконується літературною українською мовою на комп'ютері, на листах білого паперу формату А4 з однієї сторони листа. Робота друкується в Word, розміри полів: верхнє і нижнє – 20 мм, праве – 10 мм, ліве – 25 мм. Тип шрифту - Times New Roman, розмір шрифту 14, міжрядковий інтервал – 1,5, до тексту застосовується вирівнювання по ширині. Номер сторінки – внизу, по центру сторінки.

ДЗ починається з **титульного аркуша**, за титульним аркушем послідовно розміщують: **зміст роботи, вступ, перший, другий, третій розділи, висновки, список використаних джерел, додатки.**

У **змісті** зазначають початкові сторінки кожного розділу (і параграфа). Назви розділів і параграфів у змісті та тексті мають бути однаковими. Вступ нумерують з 2 сторінки.

Вступ, перший розділ, висновки і список літератури починаються з нової сторінки, а наступний підрозділ – одразу після закінчення попереднього.

Розділи, підрозділи, пункти й підпункти слід нумерувати арабськими цифрами та друкувати з абзацним відступом.

Розділи повинні мати порядкову нумерацію в межах усього тексту за винятком додатків (1, 2, 3).

Після номера розділу, підрозділу, в тексті роботи крапку не ставлять.

2.2. Заголовки

Текст основної частини поділяють на розділи. Заголовки структурних

частин ДЗ “ЗМІСТ”, “ВСТУП”, “РОЗДІЛ”, “СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ”, “ДОДАТКИ” друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу по центру. **Крапку в кінці заголовка не ставлять.** Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою. Заголовки пунктів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу розрядці в підбір до тексту, ставиться крапка.

Відстань між заголовком та текстом повинна дорівнювати **2-м інтервалам** (ЗМІСТ, ВСТУП, РОЗДІЛИ, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ).

2.3. Переліки

У тексті пунктів або підпунктів можуть бути переліки. Перед кожною позицією переліку слід ставити дефіс або (за необхідності послатися в тексті на один із переліків) арабську цифру, після якої ставлять дужку. Для подальшої деталізації переліку необхідно використовувати малі літери, після яких ставлять дужку.

Приклад:

1)_____

a)___

б)___

2) __

2.4. Таблиці

Таблиці застосовують для кращого уточнення та зручності порівнювання показників. Цифровий матеріал, коли його багато або є потреба у зіставленні певних показників, як правило, оформлюють у таблиці. Таблиця є таким способом подання інформації, при якому цифровий або текстовий матеріал групується в рядки і графи, відокремлені одна від іншої вертикальними та горизонтальними лініями.

За змістом таблиці поділяються па аналітичні та неаналітичні. Аналітичні таблиці є результатом обробки й аналізу цифрових показників. Як правило, після таких таблиць робиться узагальнення про нове (виведене) знання, яке вводить до тексту словами: «таблиця дає змогу зробити висновок, що...», «із таблиці видно, що...», тощо. Часто такі таблиці сприяють виявленню і формулюванню певних закономірностей.

До неаналітичних таблиць вміщують здебільшого необроблені статистичні дані, необхідні лише для подання інформації або констатації певного стану речей.

При оформленні таблиць слід дотримуватись певних правил. Зокрема, кожна таблиця повинна мати тематичний заголовок, що відображає її зміст. Назву слід розміщувати над таблицею. Слово “Таблиця” зазначають праворуч над першою частиною таблиці (Приклад оформлення таблиці наведено нижче) **не виділяючи**.

У разі перенесення частини таблиці на ту саму або інші сторінки, назву ставлять тільки над першою частиною таблиці. Над іншими частинами друкують слова “Продовження таблиці” або “Закінчення таблиці” із зазначенням номера (позначення) таблиці.

Приклад побудови таблиці

	Назва таблиці				таблиця (номер)...
Головка					Заголовки граф
					Підзаголовки граф
Рядки					
	<u>Боковик</u> (заголовки рядків)	Графи (колонки)			

Приклад: Джерело: за матеріалами підприємства, власна розробка, складено автором або

Джерело: [15], [7, с.16], [7,15,24]

Всі вказівки на джерело: інтервал – одинарний, шрифт TNR-12.

Таблиці які перевищують за розміром 2/3 (дві третини) аркушу виносяться у додатки.

2.5. Ілюстрації

Графічний матеріал – рисунки, схеми, діаграми тощо – застосовують для детального встановлення властивостей або характеристик об'єкта дослідження роботи.

Графічний матеріал (за винятком графічного матеріалу додатків) слід нумерувати арабськими цифрами наскрізно. Якщо рисунок один, його позначають “Рис. 1”.

Джерело: [15], [7, с.16], [7,15,24] або розроблено автором за матеріалами звіту підприємства.

2.6. Цитування та посилання на використані джерела

У роботі може бути використана інформація лише з офіційних джерел.

Посилання подаються одразу після закінчення цитати у квадратних дужках, де вказується порядковий номер джерела у списку літератури та відповідна сторінка джерела (наприклад: [4, с. 35]).

2.7. Додатки

Додатки позначають великими літерами української абетки, починаючи з А (за винятком літер Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь). Після слова “Додаток” друкують літеру, що позначає його послідовність. (Допускається позначення додатків літерами латинської абетки, за винятком літер І та О).

Якщо у стандарті один додаток, то він позначається “Додаток А”.

2.8. Бібліографічний опис використаних джерел

До списку використаної літератури слід включати тільки ті джерела, на які є посилання у тексті.

Рекомендовані літературні джерела:

- 1) Закони України;
- 2) інструкції та нормативні акти міністерств і відомств;
- 3) наукова, навчально-методична, спеціальна література, видана українською або російською мовами;
- 4) наукова, навчально-методична, спеціальна література, видана іноземними мовами.
- 5) наукова, аналітична, статистична інформація, що розміщена в мережі Internet (наприклад, www.kiev.gov.ua)

Приклади запису джерел:

1. Амеліна І.В. Міжнародні економічні відносини : Навчальний посібник

/ Амеліна І. В., Попова Т. Л., Владимиров С. В. - К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 256 с.

2. Глобальні тренди міжнародних відносин: Монографія – К.: Вадекс, 2020. – 524 с. – С. 28-40.

3. European Free Trade Association (EFTA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://efta.int/>

III. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література

1. Свидрук І. І. Концептуально-методологічні основи розвитку креативного менеджменту національного господарства України: монографія / І. І. Свидрук. – Львів : Растр-7, 2018. – 450 с.
2. Управління бізнесом: [Навч. посібн]/ Т.І. Балановська, А.В. Троян - К.: НУБіП, 2019. - 401 с.
3. Управління організаційним розвитком підприємства: [Навч. посібн] / В. П. Горьовий, Ю.В. Біляк, М.О.Самофалова – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 360с.
4. Менеджмент: [Навч. посібн]/ Ю.В. Біляк, М.О.Самофалова – К.: ЦП «Компринт», 2019.- 360с.
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.
6. Резнік Н.П. Слободяник А.М. Детермінанти розвитку біржового ринку агропродовольчої продукції в Україні: монографія – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 157 с.
7. Резнік Н.П. Слободяник А.М. Молокопереробна та олієжирова промисловість у формуванні системи продовольчої безпеки України: монографія – К. : ЦП «Компринт», 2019. – 354с.
8. Біляк Ю.В., Самофалова М.О. «Інновації: теорія, методологія, практика управління»: монографія– К. : ЦП «Компринт», 2019. – 409с.
9. Забуранна Л. В., Резнік Н. П., Балановська Т. І., Гоголя О. П., Слободяник А. М. Розвиток сільського підприємництва в Україні з урахуванням чинника євроінтеграції: монографія. Київ: НУБіП України, 2019. 438 с.

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

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

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

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

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](http://www.rada.gov.ua)

2. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495- (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.rada.gov.ua](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](http://www.rada.gov.ua)

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/para4#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>.

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.

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

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>.

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.

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>

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>

10. 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>

Інтернет-ресурси

11. www.zakon.rada.gov.ua

12. www.minagro.gov.ua/
13. www.dkrp.gov.ua/
14. <http://www.ukrbusiness.com.ua/>
15. <http://www.management.com.ua/>

IV. ТЕМАТИКА ДОМАШНІХ ЗАВДАНЬ

Менеджмент

1. Основи теорії мотивації та еволюція підходів до сутності процесу спонукання робітника до ефективної діяльності. Зарубіжний та вітчизняний досвід мотивації та заохочення працівників на підприємствах, фірмах.
2. Сутність концепції управління через мотивацію та використання її положень у практиці сучасного менеджменту. Мотивація праці в управлінні персоналом на вітчизняних та зарубіжних підприємствах.
3. Розвиток теорії та практики управління. Концепції управління та використання їх положень у практиці сучасного менеджменту. Використання положень концепції управління за цілями у практиці менеджменту.
4. Визначення та розвиток теорії і практики менеджменту у світі та в Україні. Шляхи його вдосконалення на сучасному етапі.
5. Сучасні форми, методи, функції та принципи управління організацією. Приклади діяльності підприємств.
6. Зовнішнє та внутрішнє середовище сучасної організації (підприємства, фірми, об'єднання): поняття, елементи, характеристики, методи аналізу. Вплив середовища на управлінську діяльність менеджера.
7. Управління конкурентоспроможністю підприємства в ринкових умовах. Характеристика систем управління конкурентоспроможністю організації.
8. Організаційні зміни та інновації. Приклади діяльності підприємств.
9. Теоретичні складові ділових взаємовідносин у колективі. Спілкування як один з головних аспектів ділових взаємовідносин. Соціально – психологічні аспекти ділового спілкування.
10. Сутність управлінського планування та його взаємозв'язок з контролем

функціонування організації. Функції планування і контролю у практиці сучасного менеджменту.

11. Ефективність контролю в організації: поняття, методи оцінки, проблеми. Сутність концепції контролінгу та використання її положень у практиці управління.

12. Сутність організаційної культури і проблеми її формування в умовах динамізації зовнішнього середовища.

13. Управлінська діагностика та оцінка загальної ефективності управління діяльністю організації на прикладах вітчизняних та зарубіжних підприємств.

14. Технології, моделі та методи прийняття рішень у менеджменті. Індивідуальні й групові рішення та вплив поведінкових факторів на процес їх прийняття.

15. Інформація та комунікації у менеджменті. Формування системи інформаційного забезпечення управління організацією. Приклади діяльності підприємств.

16. Ефективність структури управління організацією: поняття, методи оцінки, проблеми. Організаційні структури управління підприємством, фірмою, корпорацією на вітчизняних та зарубіжних підприємствах.

17. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом в організації. Конфлікти та стреси, їх виникнення та запобігання. Управління конфліктною ситуацією.

18. Філософія лідерства та еволюція підходів до його сутності. Характеристика основних стилів керівництва та методів оцінки їх ефективності. Стили керівництва при управлінні організацією в сучасних умовах.

19. Комунікації у менеджменті. Методи підвищення ефективності міжособистісних та організаційних комунікацій. Проблеми управління організаційною поведінкою.

20. Основи теорії організації та еволюція поглядів на сутність організаційного процесу.

21. Основні напрямки удосконалення діяльності підприємств. Ефективне

управління на думку класика сучасного менеджменту – Пітера Друкера.

22. Приклади авангардних підприємств в Україні.

23. Загальна характеристика керівництва та лідерства. Особливості національних систем керівництва.

24. Відповідальність та етика у менеджменті. Заходи щодо забезпечення етичної поведінки.

25. Моделювання організаційних структур управління підприємством. Удосконалення організаційних структур підприємств.

26. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.

27. Особливості проведення переговорів, нарад. Особливості спілкування з людьми, що мають складний характер.

28. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Моделі прийняття управлінських рішень. Різновиди технологій прийняття рішень.

29. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва.

30. Організаційні зміни та управління ними. Моделювання процесу організаційних перетворень. Лідер змін – ефективний менеджер XXI століття. Причини організаційних змін на вітчизняних підприємствах.

31. Сутність відповідальності та етики у менеджменті. Заходи щодо забезпечення етичної поведінки.

32. Менеджмент в умовах кризових ситуацій.

33. Удосконалення систем управління персоналом підприємств в сучасних умовах.

34. Підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах. Нова парадигма менеджменту XXI століття.

35. Управління конфліктними ситуаціями у трудовому колективі підприємств.

36. Зарубіжні моделі менеджменту та обґрунтування доцільності використання їх елементів у вітчизняній практиці. Розвиток вітчизняної науки та

практики менеджменту та вплив їх особливостей на управлінську діяльність.

37. Обґрунтування ефективних сфер застосування основних типів організаційних структур управління. Сучасні тенденції і принципи формування структур управління організацією.

38. Визначення основних методів узгодження процесів планування і контролю: бюджети і управління за цілями.

39. Порівняльна характеристика основних теорій мотивації та особливості їх реалізації у практиці вітчизняного управління.

40. Визначення проблем у комунікаційних системах організації. Основні напрямки їх вирішення.

41. Забезпечення ефективності обміну інформацією в організації та пошук методів її підвищення.

42. Організація діяльності керівника та вплив стилю керівництва на результати роботи організації.

43. Делегування повноважень як інструмент раціональної побудови управлінської діяльності.

44. Методи управління людськими ресурсами організації і основні напрямки їх удосконалення.

45. Сутність і зміст контролю в управлінні та його місце в забезпеченні ефективного функціонування організації.

46. Кадрове забезпечення системи управління підприємствами. Основні напрямки його удосконалення.

47. Зміст та складові управління соціально-психологічним кліматом у трудовому колективі.

48. Попередження та вирішення конфліктів як інструмента запобігання економічних, соціальних і психологічних втрат в межах організаціях.

49. Формування і розвиток організаційної культури як чинника ефективного управління в організації.

50. Підвищення соціальної відповідальності та професійна етика у сучасному менеджменті.

Маркетинг

1. Дослідження маркетингової діяльності підприємства – основний показник успіху на ринку.
2. Використання маркетингової інформації в діяльності підприємства.
3. Дослідження споживачів товару.
4. Дослідження поведінки споживачів в маркетинговій діяльності підприємства.
5. Дослідження кон'юнктури товарного ринку в маркетинговій діяльності підприємництва.
6. Комплексне дослідження ринку споживчих товарів.
7. Вивчення конкурентів та захоплення переваг у конкурентній боротьбі.
8. Дослідження конкурентів і конкурентоспроможності підприємства на ринку окремого товару.
9. Моніторингова діяльність підприємства на товарному ринку.
10. Створення конкурентної системи спостереження на підприємстві.
11. Сегментація ринку – першочерговий етап маркетингового дослідження.
12. Визначення конкурентних переваг товару та його позиціонування.
13. Процес дослідження, планування та розробки нового товару на підприємстві.
14. Дослідження стану і перспектив розвитку ринку (група товарів).
15. Прогнозування продажу товарів в маркетинговій діяльності підприємства.
16. Маркетингові дослідження рекламної діяльності підприємства.
17. Дослідження ринку та використання отриманої інформації для прийняття маркетингових рішень.
18. Історія і практика організації маркетингових досліджень за кордоном і в Україні.
19. Маркетингова розвідка: цілі, джерела і методи одержання інформації.
20. Дослідження місткості ринку та його сегментування.
21. Маркетингові дослідження в процесі розробки товарів-новинок.

22. Маркетингової дослідження – ключовий інструмент інноваційного менеджменту.

23. Маркетингові дослідження в Україні: стан і перспективи розвитку.

24. Сегментація ринку в системі маркетингу.

25. Методи експертних оцінок в маркетингових дослідженнях.

26. Методи опитування в системі маркетингових досліджень та практичні аспекти використання.

27. Анкетне опитування як метод вивчення і дослідження запитів та поведінки покупців на споживчому ринку.

28. Спостереження – як метод маркетингових досліджень. Методика його організації.

29. Особливості проведення інтерв'ю, його види.

30. Використання методики тестів у дослідженнях реклами.

31. Проективні тести в маркетингових дослідженнях.

32. Методи експертних оцінок в проведенні маркетингових досліджень: «мозкового штурму», «метод Дельфі», «лицем до лиця».

33. Пробний маркетинг: його різновиди, методика проведення.

34. Маркетингові дослідження підприємства сфери послуг.

35. Дослідження конкурентоспроможності товару.

36. Дослідження іміджу підприємства.

37. Маркетингові дослідження персоналу підприємства.

38. Методологія маркетингових досліджень брендів.

39. Маркетингові дослідження в системі рекламного менеджменту.

40. Маркетингові дослідження у паблік рилейшнз.

41. Дослідження поведінки споживачів товарів виробничо-технічного призначення.

42. Особливості дослідження поведінки кінцевих споживачів.

43. Особливості дослідження поведінки корпоративних споживачів.

44. Маркетингові дослідження основних конкурентів підприємства виробничого призначення.

45. Маркетингові дослідження конкурентів торговельного підприємства.
46. Особливості прогнозування збуту товарів-новинок.
47. Маркетингові дослідження нових видів продукції.
48. Прогнозні дослідження збуту та системи його стимулювання.
49. Маркетингові дослідження в каналах розподілу підприємства.

Підприємництво

1. Історичні особливості формування національного підприємництва в Україні.
2. Культура підприємництва та її особливості в Україні.
3. Приватизаційні процеси в економіці України, їхній вплив на підприємницьку діяльність.
4. Приватизація великих стратегічних підприємств України як чинник розвитку підприємництва.
5. Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні.
6. Інституційні чинники сприяння розвитку підприємництва в Україні.
7. Антимонопольна політика України та її вплив на підприємницьку діяльність.
8. Природні монополії та їхнє функціонування в Україні.
9. Становлення підприємницького сектору у промисловості України.
10. Формування інфраструктури підприємництва в Україні.
11. Фінансова підтримка підприємницької діяльності в Україні.
12. Комерційні банки України та їхня роль у розвитку підприємництва.
13. Небанківські фінансово-кредитні установи України та їхній вплив на підприємництво.
14. Тіньова економіка та її вплив на вітчизняне підприємництво.
15. Аграрна реформа та розвиток фермерства в Україні.
16. Регіональні особливості розвитку підприємницької діяльності в Україні.

17. Франчайзинг у підприємницькій діяльності.
18. Лізинг у підприємницькій діяльності.
19. Організаційні рішення та процедура їхнього ухвалення у підприємстві.
20. Організаційні комунікації, їхня роль у забезпеченні ефективної роботи підприємства.
21. Підприємницькі ризики та управління ними.
22. Процес сегментації ринку у підприємницькій діяльності.
23. Реклама та її роль у підприємстві.
24. Патентування деяких видів підприємницької діяльності в Україні.
25. Проблеми оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні.
26. Проблеми оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні.
27. Система оподаткування підприємницької діяльності в Україні
28. Організаційно-правові форми підприємництва в світі та в Україні.
29. Внесок українських вчених-економістів у розвиток теорії підприємництва.
30. Внесок зарубіжних економістів у розвиток теорії підприємництва.
31. Формування середовища для здійснення підприємницької діяльності в Україні.
32. Державна підтримка розвитку підприємництва в Україні.
33. Розвиток малого підприємництва в Україні.

VI. ЗРАЗОК ТИТУЛЬНОЇ СТОРИНКИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ**

ДОМАШНЄ ЗАВДАННЯ

з дисципліни

«Основи менеджменту, маркетингу і підприємництва»

на тему:

**«Ефективне управління на думку класика сучасного менеджменту
– Пітера Друкера»**

Виконав:

**студент III курсу ОП "Міжнародний бізнес"
Іванов Іван Іванович групи 302 - МБ**

Науковий керівник:

**к.е.н., доцент кафедри міжнародних
економічних відносин і бізнесу,
Ричка М.А.**

Київ - 2021

Навчальне видання

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ, ПІДПРИЄМНИЦТВА

Методичні рекомендації
щодо підготовки домашнього завдання з навчальної дисципліни
«Основи менеджменту, маркетингу, підприємництва» для студентів

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»
Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»
Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»

Укладач:
Ричка Марина Анатоліївна