

<p>Відокремлений структурний підрозділ «Дніпровський фаховий коледж інженерії та педагогіки Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»</p>	<p><b>СИЛАБУС</b> навчальної дисципліни</p> <p><b>Основи маркетингу та менеджменту</b></p>
	<p><b>Галузь знань:</b> 27 Транспорт</p> <p><b>Спеціальність:</b> 275 Транспортні технології (автомобільний транспорт)</p> <p><b>Освітньо-професійної програма:</b> Транспортні технології (на автомобільному транспорті)</p> <p><b>Ступінь освіти:</b> перший (бакалаврський)</p> <p><b>Дні занять та консультацій:</b> згідно з розкладом</p> <p><b>Рік навчання:</b> другий</p> <p><b>Семестр:</b> 4</p> <p><b>Кількість кредитів:</b> 3,0</p>
	<p><b>Викладач:</b> Манейло Ольга Юріївна, викладач вищої кваліфікаційної категорії</p> <p><b>Електронна пошта:</b> <a href="mailto:maneilooga@gmail.com">maneilooga@gmail.com</a></p> <p><b>Персональний сайт викладача:</b> <a href="https://sites.google.com/view/maneilooga/основи-маркетингу-та-менеджменту-на-транспорті?authuser=0">https://sites.google.com/view/maneilooga/основи-маркетингу-та-менеджменту-на-транспорті?authuser=0</a></p>

Силабус складено на основі робочої програми навчальної дисципліни, обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії економічних дисциплін  
 Протокол від “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_

Голова циклової комісії \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)  
 \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ)  
 “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Голова робочої групи  
 (гарант освітньої програми)

\_\_\_\_\_ (підпис) Сакно О.П.

# 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## Мета вивчення навчальної дисципліни та результати навчання

**Мета** навчальної дисципліни: полягає у тому, щоб майбутній бакалавр у галузі автомобільного транспорту сформував поняття сучасних технологій, що забезпечать формування правил маркетингу та менеджменту на автомобільному транспорті, знав основні поняття та принципи маркетингового управління, отримав практичні навички використання сучасних методик керівництва та контролю, з урахуванням цього міг організовувати конкурентоспроможну роботу автомобільного транспорту в умовах становлення ринкових відносин.

**Завдання:** курс передбачає теоретичну та практичну підготовку для вирішення конкретних завдань діяльності підприємства в умовах ринку, зокрема:

- ознайомлення здобувачів освіти з відповідними поняттями, категоріями, системами та процесами маркетингу та менеджменту;
- ознайомлення з особливостями управління підприємств сфери транспортних послуг;
- вивчення теоретичних понять менеджменту та маркетингу;
- надання майбутнім фахівцям знань та навичок в розробці функцій управління та розробки ефективної стратегії, орієнтованої на ринкові умови;
- відпрацювання практичних навичок розв'язування маркетингових завдань та виконання відповідних функцій.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є загальні закономірності, принципи формування, функціонування та розвитку системи маркетингової діяльності, управління організацією; управлінські відносини.

**Пререквізити:** «Економіка автомобільного транспорту», «Планування та організація діяльності підприємства».

**Постреквізити:** «Організація і технологія вантажо-розвантажувальних робіт», «Організація контейнерних перевезень», «Система управління охороною праці».

**Методи навчання:** словесні (пояснення, бесіда, лекція), наочні, практичні (практична робота), робота з книгою.

**Форми та методи оцінювання:** усний, письмовий, методи самоконтролю, підсумковий контроль.

## Компетентності та програмні результати навчання відповідно до освітньо-професійної програми

Е	Програмні компетентності
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та вирішувати практичні проблеми у галузі транспорту з використанням теорій та методів сучасної транспортної науки на основі системного підходу та з врахуванням

	комплексності та невизначеності умов функціонування транспортних систем.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК-10. Здатність працювати автономно та в команді. ЗК-11. 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. ЗК-13. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК-1. Здатність аналізувати та прогнозувати параметри і показники функціонування транспортних систем та технологій з урахуванням впливу зовнішнього середовища. СК-16. Здатність врахувати людський фактор в транспортних технологіях.
Програмні результати навчання (РН)	РН-5. Застосовувати, використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології для розв'язання практичних завдань з організації перевезень та проектування транспортних технологій. РН-7. Формулювати, модифікувати, розробляти нові ідеї з удосконалення транспортних технологій.

При вивченні дисципліни «Основи маркетингу та менеджменту на транспорті» **здобувач освіти повинен:**

**знати:**

- суть маркетингу як філософії бізнесу, сфери діяльності;
- основні напрями та етапи маркетингового дослідження;
- сутність і послідовність процесу сегментування ринку транспортних послуг;
- цілі та структуру маркетингової товарної політики;
- сутність концепції життєвого циклу товару;
- цілі і типові ситуації ціноутворення;
- цінові стратегії, які може використати у своїй діяльності автотранспортне підприємство;
- засоби маркетингових комунікацій;
- основні характеристики організацій;
- функції менеджменту;
- особливості комунікаційного процесу та прийняття рішень в менеджменті;
- стилі керівництва.

**вміти:**

- визначити основні елементи комплексу маркетингу;

- розробити концепцію нової автотранспортної послуги;
- обґрунтувати рішення щодо зняття товару з виробництва, поглиблення або скорочення асортименту;
- обґрунтувати доцільність підвищення або зниження цін.
- етапи процесу розробки комплексу просування послуги;
- типові організаційні структури маркетингових служб;
- спланувати і організувати роботу одного чи декількох співробітників;
- формувати схеми організаційних структур управління автотранспортних підприємств;
- визначити власні спонукання до праці;
- кваліфіковано приймати управлінські рішення;
- визначати роль, дієвість, ефективність різних форм влади;
- піддержувати здоровий клімат в колективі;
- спілкуватися з підлеглими.

## 2. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Лекції (Л): 30 годин

Практичні заняття (ПР): 12 годин

Самостійна робота (СР): 48 годин

## 3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Тема	Зміст теми	Завдання/ Форми контролю
III курс, VI семестр			
Модуль I			
Суть та основні інструменти маркетингу			
1	Тема 1. Сутність маркетингу і його сучасна концепція	Сутність маркетингу, хронологія розвитку. Основні поняття маркетингу. Потреби і мотиви поведінки.	Самостійне опрацювання літератури Індивідуальні питання
2	Тема 2. Системи і характеристики маркетингу	Система і комплекс маркетингу.	Тести, індивідуальні та групові завдання
3	Тема 3. Маркетингові дослідження	Сутність і процес проведення маркетингових досліджень.	Ситуаційні, проблемні завдання
4	Тема 4. Вибір цільового ринку	Поняття та етапи сегментування ринку.	Письмові відповіді на окремі питання
	Модуль 2 Організація, розподіл та		

	комунікація в маркетинговій діяльності		
5	Тема 5. Маркетингова товарна політика	Сутність та структура маркетингової товарної політики. Маркетингова концепція товару. Життєвий цикл товару.	Самостійне опрацювання літератури Індивідуальні питання
6	Тема 6. Маркетингова цінова політика	Маркетингові політики керування цінами.	Тести, презентації, індивідуальні та групові завдання
7	Тема 7. Маркетингова політика розподілу	Форми поширення продукції. Маркетингова логістика. Сутність маркетингової комунікаційної політики.	Ситуаційні, проблемні завдання
	Модуль 3 Теорія менеджменту		
8	Тема 8. Поняття і сутність менеджменту	Суть понять «управління» та «менеджмент». Еволюція теорії і практики менеджменту.	Самостійне опрацювання літератури Індивідуальні питання
9	Тема 9. Організація як об'єкт управління	Зміст понять «організація» і «менеджмент». Культура організації.	Тести, презентації, індивідуальні та групові завдання
10	Тема 10. Функції менеджменту	Сутність і взаємозв'язок функцій менеджменту. Зміст функцій планування, організації, мотивації і контролю.	Ситуаційні, проблемні завдання
	Модуль 4 Організаційна поведінка		
11	Тема 11. Координація в менеджменті	Поняття та характеристика комунікацій.	Самостійне опрацювання літератури

		Прийняття управлінських рішень.	Індивідуальні питання
12	Тема 12. Керівництво та лідерство в організації	Суть процесу керівництва та лідерства. Форми влади. Стили керівництва.	Тести, презентації, індивідуальні та групові завдання
13	Тема 13. Управління конфліктами	Групи та їх класифікація. Природа конфлікту і стресу.	Ситуаційні, проблемні завданням
14	Тема 14. Організація праці менеджера	Самоменеджмент та зміст організації праці менеджера. Техніка само менеджменту.	Письмові відповіді на окремі питання Тести, індивідуальні завдання
			Залік

#### 4. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

##### Базові

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – Київ: Лібра, 2004.
2. Гірняк О.М., Лазановський П.П. Менеджмент. – Львів, 2004
3. Іванілов О.С. Економіка підприємств автомобільного транспорту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / О.С. Іванілов, І.А. Дмитрієв, І.Ю. Шевченко. Х. : ФОП Бровін О.В., 2017. - 632 с.
4. Липчук В.В., Дудяк А.П. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник. – Львів: «Новий Світ - 2000», 2003.
5. Кокарев М.В. Основи менеджменту. – Харків : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2009
6. Амстронг Гарі, Котлер Філіп Маркетинг: Уч.пос. – К.: Видавничий дім «Вільямс», 2001.
7. Павленко А.Ф., Вовчак А.В. Маркетинг: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003.
8. Скрипко Т.О., Ланда О.О. Менеджмент. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006
9. Шкільняк М. М, Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л., Демків І. О. Менеджмент: Навчальний посібник. – Тернопіль: Крок, 2017 р. – 252

##### Допоміжні

10. Господарський кодекс України від 12.01.2022  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
11. Маркетинг. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни КНЕУ

## Інформаційні ресурси

1. <http://metod.kart.edu.ua/>
2. [http://www.uz.gov.ua/about/general\\_information/entertainments/pktbit/](http://www.uz.gov.ua/about/general_information/entertainments/pktbit/)
3. <https://library.diit.edu.ua/uk>
4. [http://eduknigi.com/geo\\_view.php?id=104](http://eduknigi.com/geo_view.php?id=104)
5. <http://www.tmssoft-ltd.com/ua/about/about.php>

## 5. ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Політика навчальної дисципліни представлена в додатку до силабусу.

Витяг з додатку:

**1. Політика щодо академічної доброчесності.** Академічна доброчесність здобувачів освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Політика щодо академічної доброчесності регламентується Положенням про академічну доброчесність учасників освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі Дніпровському фаховому коледжу інженерії та педагогіки Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет» (<https://college.udhtu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/07/pro-akademichnu-dobrochesnist.pdf>).

У разі порушення здобувачем освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

**2. Політика щодо перескладання.** Перескладання іспиту чи заліку відбувається із дозволу директора коледжу за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний). (<https://college.udhtu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf>).

**3. Політика щодо оскарження оцінювання.** Якщо здобувач освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку. Порядок повторного проходження здобувачами освіти контрольних заходів урегульовані Положенням про організацію освітнього процесу (<https://college.udhtu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/02/polozhennya-20-pro-org.-osvit-pr.pdf>)

**4. Відвідування занять.** Відповідно до Положення про індивідуальний графік навчання студентів Відокремленого структурного підрозділу «Дніпровський фаховий коледж інженерії та педагогіки Державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет» допускається можливість вільного відвідування здобувачами освіти лекційних занять та самостійного опрацювання навчального матеріалу, передбаченого програмою відповідної навчальної дисципліни. Відвідування інших видів навчальних занять (крім консультацій) є

обов'язковим для здобувачів освіти (<https://college.udhtu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/02/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-proczesu.pdf>).

## 6. ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Максимальна кількість балів протягом семестру становить 100. Семестровий контроль за дисципліну проводиться у формі семестрового заліку.

### Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала оцінювання: ЄКТС			Шкала оцінювання: національна
	Оцінка ЄКТС	Пояснення	для заліку	Оцінка за національною чотирибальною шкалою
90 – 100	<b>A</b>	ВІДМІННО – здобувач освіти володіє глибокими і дієвими знаннями навчального матеріалу, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях, виявляє неординарні творчі здібності в навчальній діяльності; вільно володіє науковими термінами, уміє знаходити джерела інформації, аналізувати їх та застосовувати у практичній діяльності або у науково-дослідній роботі; здатний за допомогою викладача підготувати виступ для студентської наукової конференції, визначити програму своєї пізнавальної діяльності.	зараховано	відмінно
82-89	<b>B</b>	ДУЖЕ ДОБРЕ – здобувач освіти володіє глибокими і міцними знаннями, здатний використовувати їх у нестандартних умовах, може робити аргументовані висновки, практично оцінювати окремі нові факти, явища, процеси. Вирішує творчі завдання, здатен сприймати іншу позицію, як альтернативу, знає суміжні дисципліни, в навчанні користується додатковими джерелами інформації. Відповідь його повна, логічна і обґрунтована.		добре
74-81	<b>C</b>	ДОБРЕ – здобувач освіти володіє достатньо повними знаннями, вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних умовах; розуміє основоположні теорії і факти, логічно		



		висвітлює причинно- наслідкові зв'язки між ними; вміє аналізувати, робити висновки з технічних та економічних розрахунків, складати прості таблиці, схеми. Вміє працювати самостійно, підготувати реферат і захищати його положення. Відповідь його повна, логічна, але з деякими неточностями.		
64-73	<b>D</b>	ЗАДОВІЛЬНО – здобувач освіти розуміє суть дисципліни, виявляє розуміння основних положень навчального матеріалу; може поверхово аналізувати події, ситуації, робити певні висновки, самостійно відтворити більшу частину матеріалу. Відповідь може бути правильна, але недостатньо осмислена.		задовільно
60-63	<b>E</b>	ЗАДОВІЛЬНО (ДОСТАТНЬО) – здобувач освіти має початковий рівень знань, володіє необхідними вміннями та навичками для вирішення стандартних завдань; виявляє розуміння основних положень навчального матеріалу; здатний з помилками дати визначення понять та категорій, що вивчаються; може самостійно оволодівати частиною навчального матеріалу, але висновки робить нелогічні, непослідовні.		
35-59	<b>FX</b>	НЕЗАДОВІЛЬНО – з можливістю складання іспиту: здобувач освіти мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності; слабо орієнтується в поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі; робить спробу розповісти суть заданого, але відповідає лише за допомогою викладача на рівні "так" чи "ні"; однак може самостійно знайти в підручнику відповідь.	не зараховано з можливістю повторного складання	незадовільно
0-34	<b>F</b>	НЕЗАДОВІЛЬНО – з обов'язковим повторним курсом: здобувач освіти не володіє необхідними знаннями, вміннями, навичками та науковими термінами, демонструє низький рівень комунікативної культури.	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Максимальна кількість балів, які отримують студенти з урахуванням критеріїв оцінювання результату наступна.

### Розподіл балів, які отримують студенти

Номер модуля	Форма контролю	Кількість балів	Макс. кількість набраних балів	
Модуль №1	Лекції (4 лекцій) Конспект -	1	4	
	Семінари (1 семінар) Відвідування Виступ -	1 5	1 5	
	Самостійна робота (7 робіт) Конспект - Контрольні запитання -	1 5	7 35	
	Практичні роботи Виконання роботи - Захист роботи -			
	Всього		52	
	Модуль №2	Лекції (4 лекції) Конспект -	1	4
		Семінари (1 семінар) Відвідування Виступ -	1 5	1 5
		Самостійна робота (5 робіт) Конспект - Контрольні запитання -	1 5	5 25
		Практичні роботи Виконання роботи - Захист роботи -		
		Всього		40
Модуль №3		Лекції (3 лекції) Конспект -	1	4
		Семінари (1 семінар) Відвідування Виступ -	1 5	1 5
		Самостійна робота (6 робіт) Конспект - Контрольні запитання -	1 5	6 30
		Практичні роботи Виконання роботи - Захист роботи -		

Номер модуля	Форма контролю	Кількість балів	Макс. кількість набраних балів
	Всього		46

Модуль №4	Лекції (4 лекцій)		
	Конспект -	1	4
	Семінари (1 семінар)		
	Відвідування	1	1
	Виступ -	5	5
	Самостійна робота (6 робіт)	1	6
	Конспект -	5	30
	Контрольні запитання -		
	Практичні роботи (1 робота)		
	Виконання роботи -	5	5
Захист роботи -			
Всього		51	
ККР	17	17	

	Всього балів за курс (підсумок за модулі - $\Pi_M$ )	206
--	--	-----

Підсумкова оцінка визначається як середньозважена результатів змістових модулів. Для визначення середньозваженої оцінки вводиться коефіцієнт вагомості ( $K_B$ ). Тоді середньозважена підсумкова оцінка ( $\Pi$ ) визначається за формулою:

$$\Pi = \Pi_M \cdot K_B,$$

де  $\Pi_M$  - загальна кількість балів, що отримав здобувач вищої освіти за модулі (підсумок за модулі №1-4);

$K_B$  - коефіцієнт вагомості ( $K_B = 0,485$ ).