

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Менеджменту

«Затверджую»

Завідувач кафедри

 (А.М. Михайлов)

«09» 06 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (СИЛАБУС)

ОК 4 Менеджмент і маркетинг зеленого господарства

Спеціальність: *206 Садово-паркове господарство*

Освітня програма: *«Садово-паркове господарство» (другий рівень
(магістерський) вищої освіти)*

Факультет: *Агротехнологій та природокористування*

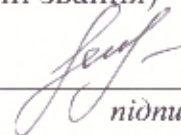
2020- 2021 навчальний рік

Робоча програма з Менеджменту і маркетингу зеленого господарства для студентів за спеціальністю 206 «Садово-паркове господарство».

Розробники: (автори, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

к.е.н., ст. викладач

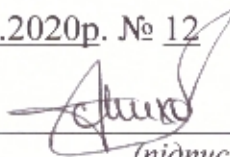
Ткаченко В.В.
прізвище, ініціали


підпис

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту.

Протокол від "09" 06.2020р. № 12

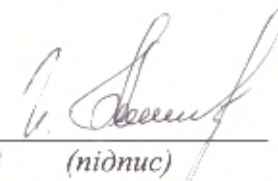
Завідувач кафедри


(підпис)

(Михайлов А.М.)
(прізвище та ініціали)

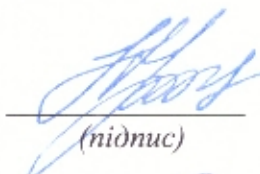
Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми


(підпис)

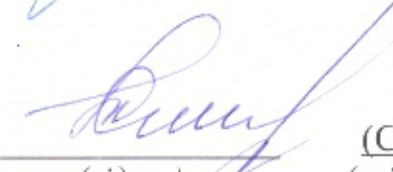
(Мельник Т.І.)
(прізвище та ініціали)

Декан факультету агротехнологій та природокористування


(підпис)

(Коваленко І.М.)
(прізвище та ініціали)

Декан факультету ЕiM


(підпис)

(Строченко Н.І.)
(прізвище та ініціали)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації


(підпис)

Зареєстровано в електронній базі:

13.06.2020р.
дата

СНАУ, 2020 рік

© Ткаченко В.В., 2020 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3,5	Галузь знань 20 Аграрні науки та продовольство Спеціальність 206 «Садово-паркове господарство»	<i>Нормативна</i>	
Модулів – 2		Рік підготовки:	
Змістових модулів: 5		2020-2021-й	
		Курс	
		2	2
		Семестр	
Загальна кількість годин – 105 / 105		3	3
		Лекції	Лекції
		24 год.	2 год.
		Практичні	Практичні
	24 год.	- год.	
	Самостійна робота	Самостійна робота	
	57 год.	103 год.	
	Вид контролю:	Вид контролю:	
	Екзамен	Екзамен	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4,1	Освітній ступінь: магістр		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить (%):

для денної форми навчання - 46%/54% (48/57)

для заочної форми навчання – 2%/98% (2/103)

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета - формування системи базових знань з менеджменту та маркетингу, способів, механізмів та інструментарію системного управління підприємством в зеленому господарстві; набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень, формування навичок щодо організації менеджменту та маркетингової діяльності на сучасних підприємствах зеленого господарства, здійснення ефективних маркетингових комунікацій.

Завдання - засвоєння теоретичних та організаційних основ із менеджменту, розуміння сутності організації та взаємозв'язку її внутрішніх елементів та зовнішнього середовища, поняття системи методів управління, зміст процесів та технології управління; формування у студентів розуміння теоретичних та методологічних основ маркетингу; системного підходу до менеджменту та маркетингової діяльності підприємств зеленого господарства; основних методів маркетингових досліджень; розробки комплексу маркетингу; організації та контролю маркетингової діяльності; стратегічного планування та розробки програм маркетингу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

- **знати:** види менеджменту; еволюцію управлінської думки; класифікацію функцій менеджменту; особливості реалізації функцій менеджменту сучасними керівниками; категорії менеджерів, вимоги які пред'являються до сучасного менеджера, теорії лідерства, способи реалізації влади, стилі керівництва; маркетинг як концепцію внутрішньо фірмового управління і цілісну систему підприємницької діяльності; класифікацію управлінських рішень, зміст процесу та методи їх прийняття, особливості здійснення комунікаційних процесів в організації; методи маркетингових досліджень; сучасні стратегії маркетингу, щодо товарної, цінової політики компаній; сучасні канали розподілу; маркетингову політику комунікацій товарів на ринку; методику розробки маркетингового комплексу.

- **вміти:** виділити основні етапи розвитку менеджменту як науки; визначати переваги та недоліки різних типів структур управління; проектувати організаційні структури підприємства та структури управління; аналізувати маркетингове середовище підприємств та організацій; проводити сегментацію ринків і виконувати позиціонування підприємств та організацій на ринку; здійснювати аналіз маркетингової політики підприємства, визначати технологію розробки та прийняття управлінських рішень, визначати їх ефективність; налагоджувати комунікаційні зв'язки в організації, дотримуючись етичних норм і правил; налагоджувати ділові контакти; проводити дослідження ринку; вирішувати питання маркетингової діяльності підприємства, що відносяться до планування продукту, ціноутворення, просування, збуту; розробляти комплекс маркетингу; цінову політику; методи поширення товарів на ринку.

3. Програма навчальної дисципліни

(затверджена Вченою радою СНАУ, протокол засідання №6 від 26.12.17р.)

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади менеджменту. Система менеджменту організації.

Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Сутність категорій “управління” та “менеджмент”. Суб’єкт і об’єкт менеджменту. Менеджери та підприємці – ключові фігури ринкової економіки. Принципи менеджменту. Види менеджменту.

Тема 2. Розвиток теорії і практики менеджменту. Історичні етапи розвитку менеджменту. Зміст окремих етапів розвитку менеджменту.

Тема 3. Організація як об’єкт управління. Поняття організації. Ознаки організації. Внутрішнє середовище організації, взаємозв’язок внутрішніх змінних. Різновиди організацій: органістичні та механістичні, прості і складні, формальні та неформальні. Загальні риси організацій: ресурсний, вертикальний та горизонтальний поділ праці, залежність від зовнішнього оточення, об’єктивність управління, структуризація.

Тема 4. Класифікація функцій та характеристика загальних функцій менеджменту. Класифікація функцій менеджменту. Сутність і значення функції «планування». Сутність і значення функції «організація». Сутність і значення функції «мотивація». Сутність і значення функції «контроль». Зміст загальних (основних) функцій менеджменту. Зміст конкретних (спеціальних) функцій.

Тема 5. Влада та лідерство в менеджменті. Поняття та суть влади. Поняття “повноваження”, “вплив” та “влада”. Форми влади та впливу, їх переваги та недоліки. Ілюзія влади. Поняття «лідерства». Класифікація підходів до вивчення процесів лідерування в організації.

Тема 6. Менеджер в організації. Менеджмент як вид професійної діяльності. Ознаки діяльності менеджера. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, маркетинг. Рівні менеджменту: вищий, середній, нижчий. Ролі менеджера в організації: міжособові; інформаційні; пов’язані з прийняттям рішень. Якості менеджера: технічні здібності; аналітичні здібності; здібності взаємодіяти з людьми; діагностичні здібності; концептуальні здібності. Співвідношення якостей, необхідних менеджеру на різних рівнях управління.

Змістовий модуль 2. Технологія та ефективність управління організацією.

Тема 7. Методи менеджменту. Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту.

Тема 8. Інформація та інформаційні системи в менеджменті. Інформація, її види та роль у менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, які пред’являються до інформації. Класифікація інформаційних систем. Поняття і мета створення інформаційних систем менеджменту. Моделювання взаємодій бізнес структур та інформаційних технологій.

Тема 9. Комунікації в менеджменті. Процес комунікації. Поняття “комунікація” та її роль в системі управління. Модель процесу комунікації. Основні етапи процесу комунікації (формування концепції обміну інформацією; кодування та вибір каналу; передавання повідомлення; декодування; усвідомлення змісту ідеї відправника; зворотній зв'язок). Змістова характеристика етапів процесу комунікації. Міжособові та організаційні комунікації. Управління комунікаційними процесами. Перешкоди на шляху до ефективної комунікації. Методи подолання перешкод до ефективної комунікації. “Вікно Джохарі”. Стиль міжособових комунікацій. Стратегії підвищення ефективності комунікацій.

Тема 10. Розробка та прийняття управлінських рішень. Природа рішень у сфері менеджменту, вплив на процес прийняття рішень, технологія розробки та обґрунтування рішень. “Дерево Цілей”.

Тема 11. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті. Соціальна відповідальність як складова стратегії управління та чинник підвищення конкурентоспроможності організації. Моделі аналізу заінтересованих сторін. Організація діяльності з соціальної відповідальності. Етичні кодекси. Культурний контекст менеджменту. Сучасні виміри ділової культури в менеджменті. Основні типи організаційних культур корпорацій: модель сім'ї, модель Ейфелевої вежі, модель ракети з автоматичним наведенням, модель інкубатора.

Змістовий модуль 3. Управління організаційними ресурсами.

Тема 12. Організація менеджменту в різних формуваннях.

Організація управління в державних сільськогосподарських підприємствах. Організація управління в підприємствах малого бізнесу. Особливості управління біржовою діяльністю. Організація управління в сільськогосподарських виробничих кооперативах (СВК) і товариствах з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Організація управління на підприємствах інфраструктури аграрного ринку. Організація управління в акціонерних формуваннях.

Тема 13. Ефективність менеджменту. Етика у менеджменті. Взаємозв'язок етики й відповідальності у менеджменті. Сутність організаційних змін. Моделювання процесу організаційних перетворень. Опір змінам. Способи подолання опору організаційним змінам. Характеристика економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту.

Змістовий модуль 4. Сутність маркетингу. Маркетингові дослідження.

Тема 14. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Сутність маркетингу та його визначення. Підходи до розуміння предмета маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної концепцій. Суб'єкти маркетингу: продуценти товарів та послуг; організації обслуговування; оптова та роздрібна торгівля; організації та підприємства - споживачі; кінцеві споживачі; маркетингові фірми і спеціалісти, контактні аудиторії, засоби масової інформації.

Тема 15. Маркетингові дослідження. Сутність та система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження навколишнього середовища як головна передумова успішного маркетингу. Дослідження ринку, дослідження суб'єктів ринку, дослідження результатів діяльності підприємства та його іміджу.

Змістовий модуль 5. Маркетингові товарна, цінова, комунікаційна політика та політика розподілу. Організація маркетингової діяльності.

Тема 16. Маркетингова товарна політика підприємства. Товар в маркетинговій діяльності. Класифікація товарів та послуг. Маркетингова концепція товару. Поняття “товарна номенклатура” та “товарний асортимент”. Ширина, глибина, насиченість, гармонійність товарної номенклатури. Визначення життєвого циклу товару та його різновиди. Конкурентоспроможність товару. Корисний ефект від використання товару, витрати на придбання і використання. Рейтинг товару і порядок його визначення. Стратегії маркетингової товарної політики.

Тема 17. Маркетингова цінова політика підприємства. Сутність та роль маркетингової цінової політики. Інструмент конкурентної боротьби. Класифікація цін. Алгоритм маркетингового розрахунку цін і характеристика його основних етапів. Постановка мети та визначення завдань ціноутворення, визначення величини попиту, розрахунок витрат, вибір орієнтовного рівня цін, вибір методу ціноутворення, безпосередній розрахунок ціни. Маркетингові політики управління цінами. Стратегії і тактики управління цінами. Маркетингова політика використання знижок, “страхування” ціни, гнучкого ціноутворення відповідно до дій конкурентів.

Тема 18. Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій. Формування стимулюючого комплексу просування товару. Виявлення цільової аудиторії, визначення відповідної бажаної реакції, вибір методу звернення (змісту, структури та форми звернення), вибір засобів та каналів поширення інформації, вибір виду просування. Реклама. Платність, багатофункціональність, відсутність чіткої кінцевої визначеності. Інформативна, переконуюча, нагадувальна. “Паблік рілейшнз” та пропаганда. Поняття “PR”, завдання, функції та сфера застосування. Стимулювання збуту. Персональний продаж. Пошук і аналіз потенційних покупців.

Тема 19. Маркетингова політика розподілу. Мета збутової політики і засоби її реалізації. Вибір та конструювання каналів розподілу. Функції каналів збуту. Види та методи каналів розподілу товарів. Управління каналами розподілу товарів. Прогнозування збуту. Вибір стратегії товароруку. Вибір та мотивація посередників. Співробітництво. Партнерство. Програма планування розподілу.

Тема 20. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві. Організація служби маркетингу на підприємстві (мета, функції і види організаційних структур). Планування маркетингу на підприємстві. Контроль маркетингової діяльності.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	Усьо-го	у тому числі					Усьо-го	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Теоретичні засади менеджменту. <i>Система менеджменту організації. Технологія та ефективність управління організацією</i>												
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади менеджменту.</i> <i>Система менеджменту організації</i>												
Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту	7	2	2			3	4	2				2
Тема 2. Розвиток теорії і практики менеджменту	5	-	2			3	6					6
Тема 3. Організація як об'єкт управління	4	2	-			2	6					6
Тема 4. Класифікація функцій та характеристика загальних функцій менеджменту	7	2	2			3	5					5
Тема 5. Влада та лідерство в менеджменті	7	2	2			3	6					6
Тема 6. Менеджер в організації.	5	-	2			3	5					5
Разом за змістовим модулем 1	35	8	10			17	32	2				30
<i>Змістовий модуль 2. Технологія та ефективність управління організацією</i>												
Тема 7. Методи менеджменту	5	-	2			3	6					6
Тема 8. Інформація та інформаційні системи в менеджменті	5	2	-			3	4					4
Тема 9. Комунікації в менеджменті.	7	2	2			3	4					4
Тема 10. Розробка та прийняття управлінських рішень	4	2	-			2	4					4
Тема 11. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті	6	2	2			2	7					7
Разом за змістовим модулем 2	27	8	6			13	25					25
<i>Змістовий модуль 3 Управління організаційними ресурсами</i>												
Тема 12. Організація менеджменту в різних формуваннях	3	-	-			3	6					6
Тема 13. Ефективність	5	-	2			3	4					4

менеджменту.												
Разом за змістовим модулем 3	8		2			6	10					10
Модуль 2 . Сутність маркетингу. Маркетингові дослідження. Маркетингова політика. Організація маркетингової діяльності												
<i>Змістовий модуль 4. Сутність маркетингу. Маркетингові дослідження</i>												
Тема 14. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	6	2	2			2	6					6
Тема 15. Маркетингові дослідження	7	2	2			3	4					4
Разом за змістовим модулем 4	13	4	4			5	10					10
<i>Змістовий модуль 5. Маркетингові товарна, цінова, комунікаційна політика та політика розподілу. Організація маркетингової діяльності</i>												
Тема 16. Маркетингова товарна політика підприємства	6	2	-			4	6					6
Тема 17. Маркетингова цінова політика підприємства	3	-	-			3	6					6
Тема 18. Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій	7	2	2			3	4					4
Тема 19. Маркетингова політика розподілу	3	-	-			3	6					6
Тема 20. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві	3	-	-			3	6					6
Разом за змістовим модулем 5	22	4	2			16	28					28
Усього годин	105	24	24			57	105	2				103

5.Теми та план лекційних занять (денна форма навчання)

№№ п/п	Теми та план лекційних занять	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту 1. Сутність менеджменту. 2. Менеджмент як наука, практика та мистецтво. 3. Наукові принципи менеджменту. 4. Види менеджменту в організації.	2
2.	Тема 3. Організація як об'єкт управління 1. Поняття організації. Ознаки організації. 2. Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних. 3. Різновиди організацій: органістичні та механістичні, прості і складні, формальні та неформальні.	2

3.	Тема 4. Класифікація функцій та характеристика загальних функцій менеджменту 1. Класифікація функцій менеджменту. 2. Сутність і значення функції «планування». 3. Сутність і значення функції «організація». 4. Сутність і значення функції «мотивація». 5. Сутність і значення функції «контроль».	2
4.	Тема 6. Менеджер в організації 1. Менеджмент як вид професійної діяльності. 2. Ознаки діяльності менеджера. 3. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, маркетинг.	2
5.	Тема 8. Інформація та інформаційні системи в менеджменті 1. Інформація, її види та роль у менеджменті. 2. Носії інформації. 3. Класифікація інформації. 4. Вимоги, які пред'являються до інформації.	2
6.	Тема 9. Комунікації в менеджменті 1. Поняття і роль комунікації в менеджменті. 2. Види комунікації. 3. Процес комунікації в менеджменті.	2
7.	Тема 10. Розробка та прийняття управлінських рішень 1. Природа рішень у сфері менеджменту, вплив на процес прийняття рішень. 2. Технологія розробки та обґрунтування рішень. 3. “Дерево Цілей”.	2
8.	Тема 11. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті 1. Соціальна відповідальність як складова стратегії управління та чинник підвищення конкурентоспроможності організації. 2. Моделі аналізу заінтересованих сторін. 3. Організація діяльності з соціальної відповідальності.	2
9.	Тема 14. Сутність маркетингу та його сучасна концепція 1. Сутність маркетингу 2. Походження та еволюція концепції маркетингу 3. Основні поняття маркетингу	2
10.	Тема 15. Маркетингові дослідження 1. Сутність та система маркетингових досліджень 2. Маркетингова інформація 3. Навколишнє бізнес-середовище та мікро-середовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень	2
11.	Тема 16. Маркетингова товарна політика підприємства 1. Товар в маркетинговій діяльності. 2. Класифікація товарів та послуг. 3. Маркетингова концепція товару. Поняття “товарна номенклатура” та “товарний асортимент”. Ширина, глибина, насиченість, гармонійність товарної номенклатури. 4. Визначення життєвого циклу товару та його різновиди.	2
12.	Тема 18. Маркетингова політика комунікацій Комплекс маркетингових комунікацій 1. Процес маркетингових комунікацій. Завдання маркетингових комунікацій. 2. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, пропаганда,	2

	стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг.	
	Разом	24

5. Теми та план лекційних занять (заочна форма навчання)

№№ п/п	Теми та план лекційних занять	Кількість годин
1.	Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту 1. Сутність менеджменту. 2. Менеджмент як наука, практика та мистецтво. 3. Наукові принципи менеджменту. 4. Види менеджменту в організації.	2
	Разом	2

6. Теми практичних занять (денна форма навчання)

№ п/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Визначення особистих ділових якостей особистості	2
2.	Розвиток теорії і практики менеджменту	2
3.	Побудова моделі ідеального керівника	2
4.	Лідерство в менеджменті	2
5.	Здійснення розпорядчої діяльності	2
6.	Мотивація у менеджменті	2
7.	Оволодіння технікою публічного виступу	2
8.	Управління трудовими ресурсами і персоналом у системі менеджменту	2
9.	Соціальна відповідальність організацій	2
10.	Складові маркетингового середовища	2
11.	Маркетингові дослідження	2
12.	Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій	2
	Разом	24

7. Самостійна робота (денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та перелік питань	Кількість годин
1	Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту 1. Характеристика різних поглядів на сутність менеджменту. 2. Поняття «менеджмент» у широкому та вузькому розумінні. 3. Менеджмент як наука і мистецтво.	3
2	Тема 2. Розвиток теорії і практики менеджменту 1. Характеристика інтегрованих підходів до управління. 2. Розвиток управлінської думки в Україні	3

3	Тема 3. Організація як об'єкт управління Загальні риси організацій: ресурсний, вертикальний та горизонтальний поділ праці, залежність від зовнішнього оточення, об'єктивність управління, структуризація.	2
4	Тема 4. Класифікація функцій та характеристика загальних функцій менеджменту 1. Зміст загальних (основних) функцій менеджменту. 2. Зміст конкретних (спеціальних) функцій.	3
5	Тема 5. Влада та лідерство в менеджменті 1. Підхід до лідерства з позиції особистих якостей керівника. 2. Поведінковий підхід до лідерства. 3. Поняття “стиль керування” та “континуум стилів керування”. “Теорія Х” і “Теорія Y” Д.МакГрегора.	3
6	Тема 6. Менеджер в організації 1. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, маркетинг. 2. Рівні менеджменту: вищий, середній, нижчий. 3. Співвідношення якостей, необхідних менеджеру на різних рівнях управління.	3
7	Тема 7. Методи менеджменту 1. Поняття мотивування. 2. Принципи врахування інтересів у мотивації. 3. Змістовний і процесний підходи до мотивування.	3
8	Тема 8. Інформація та інформаційні системи в менеджменті 1. Класифікація інформаційних систем. 2. Поняття і мета створення інформаційних систем менеджменту. 3. Моделювання взаємодій бізнес структур та інформаційних технологій.	3
9	Тема 9. Комунікації в менеджменті. 1. Управління комунікаційними процесами. 2. Перешкоди на шляху до ефективної комунікації. 3. Методи подолання перешкод до ефективної комунікації. “Вікно Джохарі”. 4. Стратегії підвищення ефективності комунікацій.	3
10	Тема 10. Розробка та прийняття управлінських рішень 1. Природа процесу прийняття рішень. 2. Чинники, що визначають процес прийняття управлінських рішень. 3. Методи прийняття рішень.	2
11	Тема 11. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті 1. Етичні кодекси. 2. Сучасні виміри ділової культури в менеджменті. 3. Основні типи організаційних культур корпорацій: модель сім'ї, модель Ейфелевої вежі, модель ракети з автоматичним наведенням, модель інкубатора.	2
12	Тема 12. Організація менеджменту в різних формуваннях 1. Організація управління в державних сільськогосподарських підприємствах. 2. Організація управління в сільськогосподарських виробничих кооперативах (СВК) і товариствах з обмеженою відповідальністю (ТОВ). 3. Організація управління на підприємствах інфраструктури	3

	аграрного ринку. 4. Організація управління в акціонерних формуваннях.	
13	Тема 13. Ефективність менеджменту 1. Етика у менеджменті. 2. Сутність організаційних змін. 3. Моделювання процесу організаційних перетворень. 4. Опір змінам. Способи подолання опору організаційним змінам. 5. Характеристика економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту.	3
14	Тема 14. Сутність маркетингу та його сучасна концепція 1. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної концепцій. 2. Суб'єкти маркетингу: продуценти товарів та послуг; організації обслуговування; оптова та роздрібна торгівля; організації та підприємства - споживачі; кінцеві споживачі; маркетингові фірми і спеціалісти, контактні аудиторії, засоби масової інформації.	2
15	Тема 15. Маркетингові дослідження 1. Маркетингові дослідження навколишнього середовища як головна передумова успішного маркетингу. 2. Дослідження ринку, дослідження суб'єктів ринку, дослідження результатів діяльності підприємства та його іміджу.	3
16	Тема 16. Маркетингова товарна політика підприємства 1. Сутність та характеристики внутрішньо фірмового міжнародного та соціально-етичного маркетингу. 2. Система засобів маркетингу та їхня структура (концепція "4P"). 3. Поняття "маркетингова суміш".	4
17	Тема 17. Маркетингова цінова політика підприємства 1. Сутність та роль маркетингової цінової політики. 2. Інструмент конкурентної боротьби. 3. Класифікація цін. 4. Алгоритм маркетингового розрахунку цін і характеристика його основних етапів.	3
18	Тема 18. Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій 1. Формування стимулюючого комплексу просування товару. 2. Реклама. 3. "Паблік рілейшнз" та пропаганда. Поняття "PR", завдання, функції та сфера застосування. Стимулювання збуту. 4. Персональний продаж. Пошук і аналіз потенційних покупців.	3
19	Тема 19. Маркетингова політика розподілу 1. Мета збутової політики і засоби її реалізації. 2. Вибір та конструювання каналів розподілу. 3. Функції каналів збуту. 4. Управління каналами розподілу товарів. 5. Вибір стратегії товароруку. 6. Вибір та мотивація посередників. Співробітництво. Партнерство. 7. Програма планування розподілу.	3
20	Тема 20. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві 1. Організація служби маркетингу на підприємстві (мета, функції і види організаційних структур). 2. Планування маркетингу на підприємстві.	3

	3. Контроль маркетингової діяльності.	
	Разом	57

7. Самостійна робота (заочна форма навчання)

№ з/п	Назва теми та перелік питань	Кількість годин
1	Тема 1. Поняття, сутність, принципи та види менеджменту 1.Характеристика різних поглядів на сутність менеджменту. 2.Поняття «менеджмент» у широкому та вузькому розумінні. 3.Менеджмент як наука і мистецтво.	2
2	Тема 2. Розвиток теорії і практики менеджменту 1.Характеристика інтегрованих підходів до управління. 2. Розвиток управлінської думки в Україні	6
3	Тема 3. Організація як об'єкт управління Загальні риси організацій: ресурсний, вертикальний та горизонтальний поділ праці, залежність від зовнішнього оточення, об'єктивність управління, структуризація.	6
4	Тема 4. Класифікація функцій та характеристика загальних функцій менеджменту 1. Зміст загальних (основних) функцій менеджменту. 2. Зміст конкретних (спеціальних) функцій.	5
5	Тема 5. Влада та лідерство в менеджменті 1.Підхід до лідерства з позиції особистих якостей керівника. 2.Поведінковий підхід до лідерства. 3.Поняття “стиль керування” та “континуум стилів керування”. “Теорія Х” і “Теорія Y” Д.МакГрегора.	6
6	Тема 6. Менеджер в організації 4. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, нововведення, облік, маркетинг. 5. Рівні менеджменту: вищий, середній, нижчий. 6. Співвідношення якостей, необхідних менеджеру на різних рівнях управління.	5
7	Тема 7. Методи менеджменту 1.Поняття мотивування. 2. Принципи врахування інтересів у мотивації. 3. Змістовний і процесний підходи до мотивування.	6
8	Тема 8. Інформація та інформаційні системи в менеджменті 4. Класифікація інформаційних систем. 5. Поняття і мета створення інформаційних систем менеджменту. 6. Моделювання взаємодій бізнес структур та інформаційних технологій.	4
9	Тема 9. Комунікації в менеджменті. 5. Управління комунікаційними процесами. 6. Перешкоди на шляху до ефективної комунікації. 7. Методи подолання перешкод до ефективної комунікації. “Вікно Джохарі”. 8. Стратегії підвищення ефективності комунікацій.	4
10	Тема 10. Розробка та прийняття управлінських рішень 4. Природа процесу прийняття рішень. 5. Чинники, що визначають процес прийняття управлінських	4

	рішень. 6. Методи прийняття рішень.	
11	Тема 11. Соціальна відповідальність та етика в менеджменті 1. Етичні кодекси. 2. Сучасні виміри ділової культури в менеджменті. 3. Основні типи організаційних культур корпорацій: модель сім'ї, модель Ейфелевої вежі, модель ракети з автоматичним наведенням, модель інкубатора.	7
12	Тема 12. Організація менеджменту в різних формуваннях 5. Організація управління в державних сільськогосподарських підприємствах. 6. Організація управління в сільськогосподарських виробничих кооперативах (СВК) і товариствах з обмеженою відповідальністю (ТОВ). 7. Організація управління на підприємствах інфраструктури аграрного ринку. 8. Організація управління в акціонерних формуваннях.	6
13	Тема 13. Ефективність менеджменту 6. Етика у менеджменті. 7. Сутність організаційних змін. 8. Моделювання процесу організаційних перетворень. 9. Опір змінам. Способи подолання опору організаційним змінам. 10. Характеристика економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту.	4
14	Тема 14. Сутність маркетингу та його сучасна концепція 3. Сутність виробничої, товарної, збутової, суто маркетингової та сучасної концепцій. 4. Суб'єкти маркетингу: продуценти товарів та послуг; організації обслуговування; оптова та роздрібна торгівля; організації та підприємства - споживачі; кінцеві споживачі; маркетингові фірми і спеціалісти, контактні аудиторії, засоби масової інформації.	6
15	Тема 15. Маркетингові дослідження 1. Маркетингові дослідження навколишнього середовища як головна передумова успішного маркетингу. 2. Дослідження ринку, дослідження суб'єктів ринку, дослідження результатів діяльності підприємства та його іміджу.	4
16	Тема 16. Маркетингова товарна політика підприємства 1. Сутність та характеристики внутрішньо фірмового міжнародного та соціально-етичного маркетингу. 2. Система засобів маркетингу та їхня структура (концепція "4P"). 3. Поняття "маркетингова суміш".	6
17	Тема 17. Маркетингова цінова політика підприємства 1. Сутність та роль маркетингової цінової політики. 2. Інструмент конкурентної боротьби. 3. Класифікація цін. 4. Алгоритм маркетингового розрахунку цін і характеристика його основних етапів.	6
18	Тема 18. Маркетингова політика комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій 1. Формування стимулюючого комплексу просування товару. 2. Реклама. 3. "Паблік релейшнз" та пропаганда. Поняття "PR", завдання,	4

	функції та сфера застосування. Стимулювання збуту. 4. Персональний продаж. Пошук і аналіз потенційних покупців.	
19	Тема 19. Маркетингова політика розподілу 1. Мета збутової політики і засоби її реалізації. 2. Вибір та конструювання каналів розподілу. 3. Функції каналів збуту. 4. Управління каналами розподілу товарів. 5. Вибір стратегії товароруку. 6. Вибір та мотивація посередників. Співробітництво. Партнерство. 7. Програма планування розподілу.	6
20	Тема 20. Організація та контроль маркетингової діяльності на підприємстві 1. Організація служби маркетингу на підприємстві (мета, функції і види організаційних структур). 2. Планування маркетингу на підприємстві. 3. Контроль маркетингової діяльності.	6
	Разом	103

8. Методи навчання

1. Методи навчання за джерелом знань:

1.1. **Словесні:** розповідь, пояснення, бесіда (евристична і репродуктивна), лекція, інструктаж, робота з книгою (читання, переказ, виписування, складання плану, рецензування, конспектування, виготовлення таблиць, графіків, опорних конспектів тощо).

1.2. **Наочні:** демонстрація, ілюстрація, спостереження.

1.3. **Практичні:** лабораторний метод, практична робота, вправа, виробничо-практичні методи.

2. Методи навчання за характером логіки пізнання:

2.1. **Аналітичний** (суть: *розклад цілого на частини з метою вивчення їх суттєвих ознак*).

2.2. **Дедуктивний метод** (суть: *вивчення предметів чи явищ від загального до одиничного*).

2.3. **Традуктивний метод** (суть: *це висновки від загального до загального, від часткового до часткового, від одиничного до одиничного*).

3. Методи навчання за характером та рівнем самостійної розумової діяльності студентів:

3.1. **Проблемний** (проблемно-інформаційний)

3.2. **Частково-пошуковий** (евристичний)

3.3. **Пояснювально-демонстративний**

4. **Активні методи навчання:** використання технічних засобів навчання, мозкова атака, ділові та рольові ігри, використання проблемних ситуацій, самооцінка знань, використання навчальних та контролюючих тестів, використання опорних конспектів лекцій.

5. **Інтерактивні технології навчання:** використання мультимедійних технологій, електронних таблиць, quizizz, kahoot, padlet, співробітництво студентів (кооперація).

9. Методи контролю

1. Рейтинговий контроль за 100-бальною шкалою оцінювання ЄКТС
2. Проведення проміжного контролю протягом семестру (проміжна атестація).
3. Полікритеріальна оцінка поточної роботи студентів:
 - рівень знань, продемонстрований на практичних заняттях;
 - активність під час обговорення питань, що винесені на заняття;
 - експрес-контроль під час аудиторних занять;
 - самостійне опрацювання теми в цілому чи окремих питань;
 - результати тестування;
 - письмові завдання при проведенні контрольних робіт.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

(денна форма навчання)

Поточне тестування та самостійна робота												С Р С	Разом за модулі та СРС	Ате стац ія	Підсумко вий тест - екзамен	Су- ма
Змістовий модуль 1 1- 12 балів				Змістовий модуль 2 – 1- 14 балів				Змістови й модуль 4 – 1-6 балів		Змістовий модуль 5 1- 8 балів						
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т10	Т11	Т 12	15	55 (40+15)	15	30	100
3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4					

10. Розподіл балів, які отримують студенти

(заочна форма навчання)

Поточне тестування та самостійна робота												С Р С	Разом за модулі та СРС	Ате стац ія	Підсумко вий тест - екзамен	Су- ма
Змістовий модуль 1 1- 12 балів				Змістовий модуль 2 – 1- 14 балів				Змістови й модуль 4 – 1-6 балів		Змістовий модуль 5 1- 8 балів						
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т10	Т11	Т 12	30	70 (40+30)	-	30	100
3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	4					

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Методичне забезпечення

1. Драбчук Т.І. Менеджмент і маркетинг зеленого господарства : Робочий зошит з дисципліни для студентів 6 курсу спеціальності 8.09010303 «Садово-паркове господарство». Суми: СНАУ, 2015. 108 с.

2. Драбчук Т.І. Менеджмент і маркетинг зеленого господарства : Методичні вказівки із самостійної роботи з дисципліни для студентів 6 курсу спеціальності 8.09010303 «Садово-паркове господарство» денної форми навчання. Суми: СНАУ, 2015. 15 с.

3. Драбчук Т.І. Менеджмент і маркетинг зеленого господарства : Конспект лекцій з дисципліни для студентів 6 курсу спеціальності 8.09010303 «Садово-паркове господарство» денної форми навчання. Суми: СНАУ, 2015. 108 с.

4. Навчально-методичні матеріали на основі платформи Moodle. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=3895>

12. Рекомендована література

Базова

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства : начв. посіб. Київ: Центр учбов. літератури, 2014. 612с.
2. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу : навчальний посібник. Київ : Знання, 2014. 495 с.
3. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2015. 332 с.
4. Буднік Н.М. Управління змінами : підручник. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2017. 226 с.
5. Довгань Л.Є. Стратегічне управління : навчальний посібник. 2-ге вид. Київ : ЦУЛ, 2015. 440 с.
6. Клевцевич Н. А., Сментина Н. В. Управління інфраструктурними проектами : навчальний посібник. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2017, 170 с.

7. Крикавський Є. В. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 380 с.
8. Крикавський Є. В. Маркетингова інформація : підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. 416 с.
9. Круп'як, Л. Б. Управління трудовими ресурсами організації : навч. посібник. Київ : Кондор-Видавництво, 2017. 278 с.
10. Майовець Є.Й. Маркетингові комунікації. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 192 с.
11. Палеха Ю.І. Документально-інформаційні комунікації : навчальний посібник. Київ: «Видавництво Ліра-К», 2014. 386 с.

Допоміжна

1. Божидарнік Т.В. Креативний менеджмент : навчальний посібник. Херсон: Олді-плюс, 2014. 498 с.
2. Бех В.П. Управління сталим розвитком: підручник для магістрів з управління та адміністрування. Київ: Каравела, 2018. 538 с.
3. Васюткіна Н.В. Управління сталим розвитком підприємств: теоретико-методологічний аспект : монографія. Київ : Видавництво Ліра-К, 2014. 336 с.
4. Ірхін Ю. Б. Діагностика та розвиток професійних управлінських і лідерських здібностей державних службовців і службовців органів місцевого самоврядування в Україні : навч. пос. Київ: Видавництво Ліра-К, 2015. 114 с.
5. Мостенська Т.Л. Управління проектами : навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2018. 132 с.
6. Посохов І. М. Економіка і маркетинг : практикум : навч. посібник. Харків : НТУ «ХПР», 2015. 132 с.
7. Посохов, І. М. Управління ризиками у підприємстві : навч. посібник. Харків : НТУ «ХПР», 2015. 220 с.
8. Чайка Г. Л. Самоменеджмент менеджера : навч. посібник. Київ: Знання, 2014. 422 с.

13. Інформаційні ресурси

1. <http://www.management.com.ua/>
2. [http://www.uamconsult.com/book_405_chapter_74_§_1_OSNOVY MARKETINGA_V_APK.html](http://www.uamconsult.com/book_405_chapter_74_§_1_OSNOVY_MARKETINGA_V_APK.html)
3. [http://pidruchniki.ws/15840720/marketing/marketingoviy_menedzhment - belyavtsev_mi](http://pidruchniki.ws/15840720/marketing/marketingoviy_menedzhment_-_belyavtsev_mi)
4. <http://www.businessvoc.ru/bv>
5. <http://www.azps.ru/articles/org/org28.html>.
6. http://hata.profi.co.ua/2008/09/04/pro_menedzhment.html.
7. <http://lib.socio.msu.ru/l/library?e=>.
8. <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/19342.html>.
9. http://enbv.narod.ru/text/Econom/management/management_kneu/str/04.html.

Результати навчання за освітнім компонентом та їх зв'язок з програмними результатами навчання

Результати навчання за ОК: після закінчення вивчення освітнього компонента (дисципліни) студент буде здатен:	Програмні результати навчання на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)							
	ПРН 2.	ПРН 6.	ПРН 8.	ПРН 9.				
ДРН 1. Знати основи менеджменту, його види та особливості в зеленому господарстві.	+	+	—	—	—	—	—	—
ДРН 2. Знати класифікацію функцій менеджменту та особливості їх реалізації сучасними керівниками в зеленому господарстві.	+	+	—	—	—			
ДРН 3. Знати класифікацію управлінських рішень, зміст процесу та методи їх прийняття в зеленому господарстві.	+	—	+	—	—			
ДРН 4. Знати маркетинг як концепцію внутрішньо-фірмового управління і цілісну систему підприємницької діяльності в зеленому господарстві.	+	—	+	+	—			
ДРН 5. Мати уявлення про особливості дослідження ринку, питання ціноутворення, просування, збуту продукції (товарів, робіт, послуг) в зеленому господарстві.	+	+	+	+	—			