

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ»**

Кафедра менеджменту, управління проектами і логістики
(повна назва кафедри)



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
Р. Б. Папірник

« 25 » вересня 2019 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Сучасні інструменти в менеджменті і маркетингу

(назва навчальної дисципліни)

спеціальність 073 «Менеджмент»
(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійна програма «Логістика»
(назва освітньої програми)

освітній ступінь бакалавр
(назва освітнього ступеня)

форма навчання денна
(денна, заочна, вечірня)

розробник Уфимцева Ольга Юріївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Сучасні інструменти в менеджменті і маркетингу» викладається бакалаврам четвертого року навчання (VIII семестр), які навчаються на економічному факультеті за спеціальністю 073 «Менеджмент». Належить до варіативних навчальних дисциплін циклу професійної підготовки.

Відмінною особливістю дисципліни з точки зору забезпечення компетенцій, є формування системи теоретичних знань і практичних навичок використання сучасних інструментів при вирішенні завдань менеджменту і маркетингу, максимальне наближених до сучасних вимог у всіх сферах матеріального й нематеріального виробництва відповідно до світових практик.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування	Години	Кредити	Семестр	
				VIII
Всього годин за навчальним планом, з них:	90	3		90
Аудиторні заняття, у т.ч:	38			38
лекції	22			22
лабораторні роботи	–			–
практичні заняття	16			16
Самостійна робота, у т.ч:	52			52
підготовка до аудиторних занять	32			32
підготовка до контрольних заходів	4			4
опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях	16			16
виконання курсового проекту або роботи	–			–
підготовка до екзамену	–			–
Форма підсумкового контролю				залік

3. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни: формування системи теоретичних і практичних знань сучасних інструментів менеджменту і маркетингу з використанням існуючих практик та методологічних рекомендацій, що дозволяє підвищити ефективність діяльності організацій в умовах невизначеності, обмежених ресурсів та ринкових умов.

Предметом вивчення дисципліни «Сучасні інструменти в менеджменті і маркетингу» є методологія та інструментарій забезпечення ефективної діяльності організацій.

Завдання дисципліни:

- опанування існуючих методів і інструментів менеджменту і маркетингу;
- оволодіння науково-обгрунтованим підходом до розробки та реалізації заходів із підвищення ефективності діяльності організацій;
- оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній літературі точок зору щодо менеджменту і маркетингу;
- набуття навичок використання інструментарію проектного управління;
- залучення студентів до використання отриманих навичок в науково-дослідній роботі.

Пререквізити дисципліни. Для успішного опанування компетентностей необхідні базові знання з дисциплін: «Економічна теорія», «Мікроекономіка», «Економічна соціологія», «Психологія», «Статистика», «Логіка», «Оптимізаційні методи і моделі», «Менеджмент», «Маркетинг», «Міжнародна економіка», «Основи логістичного бізнесу», «Логістика», «Економіка підприємства», «Методи прийняття управлінських рішень», «Операційний менеджмент», «Управління персоналом», «Стратегія підприємства».

Постреквізити дисципліни. Опанування студентами змісту дисципліни дозволить використовувати набуті знання в їх подальшій фаховій діяльності щодо прийняття обгрунтованих управлінських рішень, а також при навчанні в магістратурі з економічних спеціальностей.

Компетентності. Результатом вивчення дисципліни «Сучасні інструменти в менеджменті і маркетингу» є здобуття студентами таких компетентностей (відповідно до освітньої програми «Логістика»):

Інтегральна компетентність - здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі управління логістичною діяльністю або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів логістики і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетенції:

ЗК1 – Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.

ЗК2 – Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу та встановлення взаємозв'язків між соціально-економічними явищами та процесами.

ЗК3 – Здатність діяти на основі етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо, зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності й досягнення суспільства, вести активний та здоровий спосіб життя.

ЗК4 – Здатність застосовувати концептуальній базові знання у діяльності менеджера.

ЗК6 – Навички використання інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку, оброблення, аналізування та використання інформації.

ЗК8 – Здатність працювати в команді, мотивувати людей та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК1 – Здатність аналізувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства та визначати стратегію його логістичної діяльності з урахуванням специфіки будівельної галузі.

СК2 – Уміння застосовувати сучасні підходи та методи управління інноваціями.

СК3 – Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту і логістики.

СК7 – Уміння застосовувати сучасні наукові методи та підходи для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

СК12 – Здатність до ефективної соціально-психологічної взаємодії в колективі організації, створення сприятливого організаційного та психологічного клімату, формування корпоративної культури та розв'язування конфліктних ситуацій.

Заплановані результати навчання:

- РН₁ – демонструвати знання і розуміння у логістиці та управлінні ланцюгами постачань на основі використання знань, вмінь та компетенцій;
- РН₂ – ідентифікувати, аналізувати й структурувати проблеми організації, обґрунтовувати методи їх вирішення та забезпечувати умови їх реалізації;
- РН₄ – планувати діяльність організації на стратегічному та тактичному рівнях;
- РН₅ – мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень з логістики, критично оцінювати їхні наслідки в умовах невизначеності та ризику;
- РН₇ – Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення логістичних задач управління організацією;
- РН₈ – вміти працювати у команді, взаємодіяти з людьми, переконувати та стимулювати для досягнення поставлених цілей на основі етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо;

- РН₁₄ – демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Методи навчання:

- інформаційний;
- пояснювальний;
- інструктивно-практичний;
- пояснювально-спонукальний;
- пошуковий.

Форми навчання: аудиторна (лекції, практичні заняття), поза аудиторна, групова, індивідуальна.

4. СТРУКТУРА (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л.	пр.	лаб.	с./р.
Змістовий модуль 1. Сучасні методи та інструменти менеджменту і маркетингу					
Тема 1. Методи та інструменти управління: сутність та поняття.	6	2			4
Тема 2. Система збалансованих показників.	6				6
Тема 3. Методологія реінжинірингу бізнес-процесів	8	2	2		4
Тема 4. Методи та інструменти менеджменту.	14	4	4		6
Тема 5. Методи та інструменти стратегічного управління.	14	2	4		8
Тема 6. Методи та інструменти маркетингу.	16	4	4		8
Тема 7. Методи та інструменти управління персоналом.	12	4	2		6
Тема 8. Моделювання та оптимізація бізнес-процесів.	8	2			6
Тема 9. Засоби управління ІТ-інфраструктурою.	6	2			4
Усього	90	22	16		52

5. ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Сучасні методи та інструменти менеджменту і маркетингу		
1	Методи та інструменти управління: сутність та поняття.	2
2	Методологія реінжинірингу бізнес-процесів.	2
3	Методи та інструменти менеджменту: оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	2
4	Методи та інструменти менеджменту: діагностика організаційної структури підприємства; аналіз норми керованості	2
5	Методи та інструменти стратегічного управління.	2

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
6	Методи та інструменти маркетингу: аналіз конкурентного маркетингового середовища; вибір сегмента ринку.	2
7	Методи та інструменти маркетингу: оцінка маркетингового потенціалу; інструменти управління відносинами з клієнтами	2
8	Методи та інструменти управління персоналом: діагностика корпоративної культури; оцінка ефекту навчання персоналу	2
9	Методи та інструменти лідерства та мотивації персоналу	2
10	Моделювання та оптимізація бізнес-процесів.	2
11	Засоби управління IT-інфраструктурою.	2
	Усього	22

6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ зан.	Тема занять	Кількість годин
1	Види та інструменти реінжинірингу; методи та інструменти процесно-орієнтованого управління	2
2	Методи та інструменти менеджменту: оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	2
3	Методи та інструменти менеджменту: діагностика організаційної структури підприємства; аналіз норми керованості	2
4	Методи та інструменти стратегічного управління: аналіз конкуренції по Портеру; побудова моделі галузевої конкуренції М. Портера; проведення ABC аналізу.	2
5	Методи та інструменти стратегічного управління: матриці Ансоффа; матриця McKinsey; PEST аналіз	2
6	Методи та інструменти маркетингу: аналіз конкурентного маркетингового середовища; вибір сегмента ринку.	2
7	Методи та інструменти маркетингу: оцінка маркетингового потенціалу; інструменти управління відносинами з клієнтами	2
8	Методи та інструменти управління персоналом: діагностика корпоративної культури; оцінка ефекту навчання персоналу	2
	Усього	16

7. ТЕМИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

Навчальним планом лабораторні заняття не передбачені.

8. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ п/п	Вид роботи / Назва теми	Кількість годин
1	підготовка до аудиторних занять	16
2	підготовка до контрольних заходів	4
3	опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях:	32
3.1	Процесно-орієнтоване управління: сутність та поняття (на основі знань, отриманих при вивченні попередніх дисциплін)	4

№ п/п	Вид роботи / Назва теми	Кількість годин
3.2	Система збалансованих показників	6
3.3	Оцінка конкурентоспроможності компанії (на основі знань, отриманих при вивченні попередніх дисциплін).	2
3.4	Тема 4. Методи та інструменти менеджменту: визначення місії та цілей організації, проекту, маркетингової діяльності.	2
3.5	Види стратегій (на основі знань, отриманих при вивченні дисципліни «Стратегія підприємства»).	4
3.6	Побудова конкурентної карти ринку; види і способи диверсифікації.	6
3.7	Методи та інструменти лідерства та мотивації персоналу	4
3.8	Сучасні ІТ-інструменти управління: перелік існуючого ПЗ	4
	УСЬОГО	52

9. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Оцінювання знань студентів з дисципліни «Сучасні інструменти в менеджменті і маркетингу» здійснюється на основі результатів поточного контролю знань.

Використовуються наступні методи контролю:

- усне опитування при проведенні практичних занять;
- тестування на контрольних заходах.

10. ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання результатів поточної діяльності здійснюється в балах залежно від виду діяльності студента.

Поточний контроль знань та вмінь студента оцінюється за 100 бальною шкалою при обов'язковому виконанні змісту навчального плану дисципліни, що вивчається.

Максимальна оцінка знань теоретичного матеріалу дисципліни, що вивчається – 40 балів.

Максимальна оцінка навичок та вмінь з практичного матеріалу дисципліни, що вивчається – 40 балів.

Максимальна оцінка знань з самостійної роботи студента – 20 балів.

Критерії оцінки теоретичних знань за змістовим модулем. Протягом семестру передбачено виконання контролю теоретичних знань за у вигляді тестування з використанням програмних засобів на ПК. Кожен студент вирішує 20 тестових завдань типу «Знайдіть єдину вірну відповідь». На виконання кожного завдання є часове обмеження 4 хвилини або 80 хвилини на проходження усіх тестів. За кожну правильну відповідь студент отримує 2 бали.

Підсумкова кількість балів за тестування складається із суми вірних відповідей. Максимально можлива оцінка – 40 балів.

Критерії оцінки практичних знань. На практичних заняттях студенти демонструють якість засвоєного матеріалу у вигляді розв'язання завдань або вирішення задач з обґрунтуванням обраних методів та інструментів

Оцінки, отримані на практичних заняттях, додаються до оцінок змістового модуля, як середньоарифметичне значення всіх отриманих оцінок за модулем. Максимально можлива оцінка – 40 балів.

Критерії оцінки засвоєння матеріалу виявлене на практичних заняттях

Зміст критерію	Кількість балів
Студент повністю обгрунтовано виконує практичне завдання, демонструючи опанування інструментів розв'язання задач. При обгрунтуванні обраних методів та інструментів показує вміння логічно, послідовно викладати матеріал, робити висновки, наводити, де можливо, приклади, фактичний та статистичний матеріал.	40
Студент розв'язує завдання грамотно, але стисло обгрунтовує свою відповідь та обрані методи і інструменти.	30-39
Студент вирішує завдання із незначними помилками, обгрутовуючи обрану методологію, студент робить незначні помилки,	20-29
Студент вирішує задачі з помилками та має складнощі з обгрунтуванням обраних методів та інструментів.	15-19
Студент виконує практичне завдання за допомогою навідних запитань	10-14
Студент не підготувався до практичного заняття та намагається відповісти, використовуючи поверхові загальні знання	0-9
Разом:	0-40

Критерії оцінки матеріалу, опрацьованого самостійно. На самостійну роботу виносяться питання, які не розглядалися на лекціях. Результати самостійного опрацювання матеріалу представляються на практичному занятті у формі усної доповіді або презентації (2-3 доповіді з групи на одному практичному занятті за вимогою викладача), а також можуть бути подані студентом у друкованому або електронному вигляді (при відпрацюванні пропущеного практичного заняття).

Оцінки матеріалу, опрацьованого самостійно, додаються до оцінок змістового модулю, як середньоарифметичне значення всіх отриманих оцінок за модулем. Максимально можлива оцінка – 20 балів.

Критерії оцінки матеріалу, опрацьованого самостійно

Зміст критерію	Кількість балів
Студент своєчасно подає матеріал або робить доповідь, наводячи повну, розгорнену відповідь з використанням (при необхідності) графічного та статистичного матеріалу. При цьому студент показує вміння логічно, послідовно викладати матеріал та користуватися актуальними інформаційними джерелами	20
Студент своєчасно подає матеріал або робить доповідь стисло. При цьому використовує актуальний графічний та статистичний матеріал.	18-19
Студент своєчасно подає матеріал або робить доповідь, розкриваючи питання не повністю або без використання необхідного графічного та статистичного матеріалу. Або надає повну розгорнену відповідь, але подає матеріал не своєчасно.	14-17
Студент не своєчасно подає стислий матеріал у вигляді реферату або презентації. При цьому може відповісти за змістом поданого матеріалу	10-13
Студент несвоєчасно подає стислий матеріал та може відповісти тільки за допомогою навідних питань за змістом поданого матеріалу	4-9
Не підготував матеріал, наданий на самостійне опрацювання та намагається відповісти, використовуючи поверхові загальні знання	0-3
Разом:	0-20

Підсумкова залікова оцінка складається з суми отриманих балів за теоретичну, практичну і самостійну роботу.

Порядок зарахування пропущених занять: студенти самостійно вивчають матеріал і готуються до вирішення завдання за темою пропущеного практичного заняття у зазначений викладачем час. Пропущені лекційні заняття зараховуються в разі опрацювання рекомендованої літератури й складання конспекту лекції.

11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Балашов, А. И. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ. ред. Е. М. Роговой. - М. : Изд-во Юрайт, 2015. - 383 с.
2. Бушуев С.Д. Управление проектами: Основы профессиональных знаний и система оценки компетентности проектных менеджеров (National Competence Baseline, NCB UA Version 3.1) / С.Д. Бушуев, Н.С. Бушуева. - К.: ІРІДУМ, 2010. - 208 с.
3. Гуторова О.О. Менеджмент організації : навч. посібник / О.О. Гуторова. – Х.: Харк. нац. аграр. ун-т. – Х.: ХНАУ, 2017. – 267 с.
4. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навчальний посібник / О.В. Жегус, Т.М. Парцирна. – Харків: ФОП Іванченко І.С., 2016. – 237 с.
5. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с
6. Пилипенко А.А. Менеджмент: підручник / А.А. Пилипенко, С.М. Пилипенко, І.П. Отенко. – Х.: Видавничий Дім "ІНЖЕК", 2005. – 456 с.
7. Пушкар Р.М., Гарнавська Н.П. Менеджмент: теорія та практика. Підручник. - 3-тє вид., перероб. і доп. - Тернопіль: Карт-бланш, 2005. - 486 с.
8. Руководство к Своду знаний по управлению проектами. Шестое издание (Руководство РМВОК) / Американский национальный стандарт PMI. – 2017. - 614 с.
9. Шевченко Л. С., Менеджмент : навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін. ; за заг. ред. проф. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2013. – 216 с.
10. Хигни Дж. Основы проектного менеджмента. Классическое руководство / Дж. Хигни. – Тверь : Изд-во «Манн, Иванов И Фербер», 2018. - 240 с.

Допоміжна

1. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2017. – 357 с.
2. Козик В.В., Тимчишин І.Є. Практикум з управління проектами : Навч. посібник / В.В. Козик, І.Є. Тимчишин. – Львів: Львівська політехніка, 2012. – 180 с.
3. Мальська М. П. Корпоративне управління : теорія та практика : підручник / Мальська М. П., Мандюк Н. Л., Занько Ю. С. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 360 с.
4. Милошевич Д. Набор инструментов для управления проектами / Драган З. Милошевич: Пер. с англ. Мамонтова Е.В.; Под ред. Неизвестного С.И. – М.: Компания АйТи; ДМК Пресс, 2006. – 729 с.
5. Рач В.А. та ін. Управління проектами: практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку : Навч. посіб. / В. А. Рач, О. В. Россошанська, О. М. Медведєва; за ред. В. А. Рача. – К.: «К. І. С. », 2010. – 276 с.
6. Управління ІТ-проектами. - Львів: «Новий Світ-2000», 2013. - 550 с.
7. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз / За ред. проф. Д.А. Штефаніча. – Тернопіль: Економічна думка, 2011, 267 с.

12. INTERNET-РЕСУРСИ

1. Бродська А. О. Використання інформаційних технологій в управлінні проектами підприємств [Електронний ресурс] / А. О. Бродська // Управління розвитком складних систем. – 2013. – Вип. 13. – С. 8-11. – Режим доступу: <http://urss.knuba.edu.ua/files/zbirnyk-13/8-11.pdf>
2. Василькова Н.В., Дугіна С.І. Маркетингове ціноутворення. Практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2015. 133 с.
3. Офіційний сайт project.km.ru [Електронний ресурс]: <http://www.project.km.ru/>
4. Офіційний сайт pm-prepare [Електронний ресурс]: <http://www.pmpprepare.com/>
5. Офіційний сайт pmptools [Електронний ресурс]: <http://www.pmptools.com/>
6. Офіційний сайт pmstudy [Електронний ресурс]: <http://www.pmstudy.com/>
7. Офіційний сайт pmikyiv [Електронний ресурс]: <http://www.pmikyiv.org>
8. Руководство по менеджменту качества при проектировании ISO 10006:2006 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10006:ed-2:v1:ru>
9. International Journal of Project Management. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу: www.elsevier.com/locate/ijproman.
10. Microsoft Office Project Portfolio Server [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу: <https://products.office.com/ukua/project/project-and-portfolio-management-software>
11. OPM3® [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://opm3online.pmi.org>

Розробник _____ (О. Ю. Уфімцева)


(підпис)

Гарант освітньої програми _____ (А. О. Черчата)


(підпис)

Силабус затверджено на засіданні кафедри менеджменту, управління проектами і логістики
Протокол від « 20 » вересня 2019 року № 3