



**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни

## **МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
«ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»  
ІМЕНІ Т.Г. ШЕВЧЕНКА**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ  
ІНСТИТУТ ІСТОРІЇ ТА  
СОЦІОГУМАНІТАРНИХ  
ДИСЦИПЛІН ІМЕНІ  
О.М. ЛАЗАРЕВСЬКОГО**

**КАФЕДРА  
ПРАВА, ФІЛОСОФІЇ ТА ПОЛІТОЛОГІЇ**

Освітній ступінь  
Галузь знань  
Спеціальність  
Освітньо-професійна програма  
Кількість кредитів  
Рік підготовки, семестр  
Компонент освітньо-професійної програми  
Дні занять  
Мова викладання  
Консультації

**бакалавр  
08 Право  
081 Право  
Право  
3  
3 рік, V семестр  
Вільного вибору**

згідно з розкладом  
**українська**  
щопонеділка 12.00-13.00 (210 кабінет, з  
можливістю дистанційної роботи на  
платформах ZOOM та Google-class).  
Доктор юридичних наук професор  
**Шеремет Олег Семенович**  
**E-mail: sheremet.oleg.@gmail.com**  
м.т. 097-389-65-02

Викладач

Контакти

### **ОПИС ДИСЦИПЛІНИ**

Навчальна дисципліна «Менеджмент і маркетинг» призначена для студентів, які навчаються за спеціальністю 081 «Право», галузь знань 08 «Право» за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр». Вона є навчальною дисципліною вільного вибору. Передумовами для вивчення цієї дисципліни є знання, навички й уміння, отримані студентами в межах дисциплін циклу загальної та професійної підготовки.

Програма вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент і маркетинг» відіграє важливу роль в освіті сучасного правознавця, оскільки дає можливість оволодіти економічними знаннями, навчитися швидко орієнтуватися в економічних процесах, оперативне приймати раціональні самостійні рішення, поєднувати гуманістичні та економічні інтереси. Вивчення дисципліни сприяє формуванню сучасного економічного мислення та свідомості майбутніх юристів, оволодінню ними економічною культурою, досягненню відповідного вимогам часу не тільки рівня теоретичних знань, але й практичних навичок та вміння господарювання.

**Предметом** навчальної дисципліни є вивчення системи економічних відносин, а також актуальних економічних проблем, вирішення яких сприятиме подальшому розвитку суспільства на основі сучасного економічного мислення та оволодіння економічною культурою.

Програма навчальної дисципліни складається з 3-ох змістовних модулів:

1. Поняття, сутність менеджменту. Основи теорії прийняття управлінських рішень.

Функції, комунікації та ефективність управління.

2. Сутність маркетингу. Маркетингові дослідження.

3. Маркетингова політика. Реклама.

**Метою** навчання є :

- формування сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу,

- формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями,

- набуття умінь аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень;

- просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

### **ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ І РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Шифр згідно ОПП	Компетентності
ЗК 1	Здатність до абстрактного мислення аналізу та синтезу.
ЗК 7	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК 8	Здатність бути критичним і самокритичним
ЗК9	Здатність працювати в команді.
СК 9	Знання і розуміння основ економічного регулювання обігу публічних грошових коштів.
СК 13	Здатність до критичного та системного аналізу економічної теорії і застосування набутих знань у професійній діяльності.
СК 16	Здатність до логічного, критичного і системного аналізу документів, розуміння їх економічного характеру і значення.

### **ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**

№	Назви модулів і тем	Всього годин	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<b>Змістовний модуль 1. Поняття, сутність менеджменту. Основи теорії прийняття управлінських рішень. Функції, комунікації та ефективність управління.</b>					
1.	Поняття і сутність менеджменту. Основи теорії прийняття управлінських рішень.	15	4	2	9
2.	Функції управління. Комунікації в управлінні. Ефективність управління.	15	4	2	9
<b>Разом за змістовним модулем I</b>		<b>30</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>Змістовний модуль II. Сутність маркетингу. Маркетингові дослідження.</b>					

3.	Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Комплекс маркетингу.	15	2	2	11
4.	Маркетингові дослідження.	15	2	2	11
	<b>Разом за змістовним модулем II</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>22</b>
<b>Змістовний модуль III. Маркетингова політика. Реклама.</b>					
5.	Маркетингова політика (товарна, цінова, комунікацій, розподілу).	15	2	3	10
6.	Реклама: завдання, форми, цілі	15	2	3	10
	<b>Разом за змістовним модулем III</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>20</b>
	<b>Усього годин за дисципліну</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>

### ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

#### Змістовний модуль I

**Тема 1. Поняття і сутність менеджменту. Основи теорії прийняття управлінських рішень.**

План:

1. Сутність і завдання менеджменту
2. Організація як соціотехнічна система
3. Зародження і розвиток менеджменту

**Тема 2. Функції управління. Комунікації в управлінні. Ефективність управління.**

План:

1. Сутність комунікацій та їх роль в системі управління
2. Управлінські рішення
3. Планування як функція менеджменту
4. Організування як функція менеджменту
5. Мотивування як функція менеджменту
6. Контролювання як функція менеджменту

#### Змістовний модуль II.

**Тема 3. Сутність маркетингу та його сучасна концепція. Комплекс маркетингу. План:**

1. Сутність маркетингу.
2. Основні закони, що регулюють сферу маркетингу.
3. Система засобів маркетингу.
4. Основні принципи управління маркетингом.

**Тема 4. Маркетингові дослідження.**

План:

1. Сутність, види та напрямки маркетингових досліджень .
2. Маркетингова інформація та юридичні аспекти збору даних.
3. Етапи процесу дослідження.
4. Комплексне дослідження ринку.
5. Потреби споживачів та їх класифікація. Теорії поведінки споживачів.
6. Процес дослідження споживачів.
7. Основні принципи сегментації. Стратегії охоплення цільових ринків.

### Змістовний модуль III.

#### Тема 5. Маркетингова політика (товарна, цінова, комунікацій, розподілу).

План:

1. Товар та його рівнів в системі маркетингу. Життєвий цикл товару. Формування асортименту.
2. Використання товарних марок.
3. Упаковка та маркування продукції
4. Сутність маркетингової цінової політики фірми. Маркетингові методи ціноутворення. Види та пристосування цін.
5. Формування каналів збуту продукції. Управління товарним рухом.
6. Сутність маркетингової політики комунікацій.

#### Тема 6. Реклама: завдання, форми, цілі.

1. Організація реклами. Законодавство в сфері реклами.
2. Засоби стимулювання збуту.
3. Робота з громадськістю.

### РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

#### Основна нормативна база:

1. *Баєва О.В.* Практикум з менеджменту: Навч. посіб./ Баєва О.В., Новальська Н.І., Згалат-Лозинська Л.О., Лайко Г.П. – К.: МАУП, 2006. – Частина 2. – 178 с.
2. *Баєва О.В.* Практичні аспекти менеджменту / Баєва О.В., Новальська Н.І., Ангелова В.І.: Навч.-практ. посібник, К.: МАУП, 2006 . – Ч.1. – 170 с.
3. *Балабанова Л. В.* Маркетинг. [Текст] : Підручник. / Л.В. Балабанова – 2 –ге вид. доп. і перероб. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645 с.
4. *Войчак А.В.* Маркетингові дослідження: Навч.- метод. посібник для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2001. - 119 с.
5. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг [Текст] : підручник / Світлана Степанівна Гаркавенко. – 5-те вид., доповн. - К.: Лібра, 2007.- 717с.
6. *Кузьмін О.Є.* Основи менеджменту / Кузьмін О.Є, Мельник О.Г : Підручник. – К.: “Академвидав”, 2003. – 416 с.
7. *Павленко А. Ф.* Маркетинг [Текст] : навч. посібник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
8. *Сладкевич В.П.* Современный менеджмент (в схемах) / Сладкевич В.П., Чернявский А.Д.: Опорный конспект лекций. – К.: МАУП, 2003. – 152 с.
9. *Хміль Ф.І.* Основи менеджменту / Хміль Ф.І.: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.
10. *Kotler Philip, Armstrong Gary.* Principles of Marketing 14th Edition. - Prentice Hall, 2012.- 744 pages.
11. *Kotler Philip, Keller Kevin Lane.* Marketing Management, 14th Edition. - Prentice Hall, 2012. - 816 pages.

#### Допоміжна

1. *Братко О. С.* Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. посібник / Олександра Семенівна Братко. - Тернополь: Карт-бланш, 2006.- 275с.
2. *Кузьмін О. Є.* Основи менеджменту / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2003. – 416 с.
3. *Лук'янець Т. І.* Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. посібник / Тамара Іванівна Лук'янець. - К.: КНЕУ, 2003. - 524 с.
4. *Мартыненко Н. М.* Основы менеджмента / Н. М. Мартыненко . – К.: Изд-во «Каравелла», 2003. – 496 с.

5. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Корінцева О. І. Маркетингова цінова політика [Текст] : Навчальний посібник. / Л.Г. Мельник, Л.В. Старченко, О.І. Корінцева – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. – 240 с.
6. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика [Текст] / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Приймак. — К.: КНЕУ, 2005. — 408 с.
7. Ромат Е. В. Реклама [Текст] / Евгений Викторович Ромат. - 7-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 512 с.
8. Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга [Текст] / Евгений Викторович Ромат. – К.: Студцентр, 2008. – 684 с.

### **Інформаційні ресурси**

- <http://www.wmw.com> - сервер компанії World Market Watch, який містить базу даних з ринкових досліджень, пропозиції ділових партнерів, ціни на світових ринках тощо;
- <http://www.umich.edu/sgupta/survey> - звіти за результатами опитувань покупців в Internet.
- <http://uam.iatp.org.ua> - українська асоціація маркетингу;
- <http://udc.cjm.ua/> - проект про бізнес-технології, головні теми: кооперація, системи управління якістю, маркетинг і Internet, дисконтна програма, комерційна діяльність;
- <http://www.profilbook.com.ua> - ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій, комерційної діяльності і т.д.;
- <http://www.bdo.com.ua> • сайт для власників і управителів українських компаній з освіти, економіки, маркетингу, комерції тощо;
- <http://www.business-master.com.ua> - бізнес-портал психології бізнесу: технології управління підприємством, управління персоналом, управління маркетингом і продажами фокус групи, паблік рилейшнз, медіа-компанії і т.ін;
- <http://bredmarketing.bigmir.net> - маркетинг очима світил науки;
- <http://www.expert.kiev.ua/> - консалтинга маркетинг, маркетингові дослідження, комерційна діяльність, статистика, цінова інформація, цінові експертизи, ринки металів і металобрухту, руда, вугілля, ферросплави, сільгосппродукція;
- <http://www.glecsys.kiev.ua/promo.shtml> - школа Internet-комерції, маркетингу і сайтопромоутинга;
- <http://www.sebso.com.ua/> - система електронного бізнесу і торгівлі в Internet;
- <http://www.marketotog.com.ua> - перший в Україні тематичний ресурс Internet, який присвячено маркетингу і комерції: статті, аналітика, програмне забезпечення, навчання, працевлаштування, форум маркетингологів;
- <http://www.im.hl.ru> - теорія і практика міжнародних компаній, комерція у міжнародному середовищі, багатонаціональні компанії – принципи міжнародного бізнесу, правила міжнародного internet-маркетингу.

### **ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

#### **Студент має право:**

- вільно висловлювати свої думки усно або письмово, аргументуючи їх знаннями провідних засад конституції, трудового права, освітнього менеджменту, економіки, права тощо;

- вносити пропозиції щодо формування та реалізації власної освітньої траєкторії; активізації власної самостійної пізнавальної діяльності, форм і методів проведення аудиторних занять;
- відпрацьовувати пропущені заняття в установленому порядку;
- отримати індивідуальні консультації у викладача.

#### **Студент зобов'язаний:**

- відвідувати заняття всіх видів відповідно до встановленого дирекцією розкладу, запізнення на заняття допускається тільки з поважних причин;
- брати активну участь у роботі під час аудиторних занять, дотримуватися правил етичної поведінки, поважати думки та права інших студентів і викладача;
- виконати індивідуальне завдання;
- самостійну роботу, підготовка якої є обов'язковою умовою допуску до заліку;
- набрати під час вивчення навчальної дисципліни мінімум 35 балів.

#### **Політика щодо дедлайнів та перескладання.**

Пропущені з поважної причини заняття дозволяється відпрацьовувати впродовж **двох тижнів** після завершення дії поважної причини і при наявності документа-підстави (довідки, розпорядження про індивідуальних графік відвідування тощо).

#### **Політика щодо академічної доброчесності.**

Студенти керуються нормами «Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти в національному університеті «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка» (Наказ Ректора № 383 від 27.12.2019 р. зі змінами і доповненнями від 23.12.2020 (<https://drive.google.com/file/d/1YOj2QK3xW-03evO8Tkg1o3ZKUAbBL-VH/view>)). У процесі навчання та при підготовці проєктної заявки забороняються плагіат, фабрикація та фальсифікація результатів, списування, хабарництво.

#### **Політика щодо викладання.**

Викладання навчальної дисципліни відбувається на засадах студентоцентризму, антропоцентризму, гуманізму, поваги до соціокультурного плюралізму.

#### **Розподіл балів:**

Види контролю	Кількість	Бали	Загальна кількість балів
Робота на практичному занятті	13	3	до 39
Індивідуальне завдання (презентації)	2	5	до 10
Самостійна робота: вирішення практичних ситуацій; складання процесуальних документів; науковий проєкт <sup>1</sup>	1	13	до 13
Підсумкова контрольна робота	1	13	до 13
Усього			до 75
Екзамен:			до 25
Разом:			до 100

<sup>1</sup> Самостійна робота є обов'язковою умовою допуску до екзамену. Студент, який не виконав самостійну роботу до екзамену не допускається.