

Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Географічний факультет  
Кафедра геодезії та картографії  
Кафедра менеджменту і маркетингу



«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Заступник декана  
факультету навчальної роботи Володимир ПАСЬКО  
« 29 » 08 2023 року

## **РОБОЧА ПРОГРАМА навчальної дисципліни “МЕНЕДЖМЕНТ і МАРКЕТИНГ”**

для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти  
галузі знань 10 «Природничі науки»  
спеціальності 103 «Науки про Землю»  
освітньої програми «Картографія та географічні інформаційні системи»

Вид дисципліни – обов’язкова (ОК.04)

Форма навчання – денна

Навчальний рік – 2023/2024

Семестр – 1

Кількість кредитів ЄКТС – 5

Мова викладання, навчання та оцінювання – українська

Форма підсумкового контролю – іспит

Викладач – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності Горбась І.М.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.

Розробник: **Горбась Ірина Миколаївна**, доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності.

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Зав. кафедри менеджменту  
інноваційної та інвестиційної діяльності

 (Максим СИТНИЦЬКИЙ)  
(підпис)

Протокол №1 від 30 серпня 2023 року

Затверджено на засіданні кафедри геодезії та картографії, протокол № 1 від 28 серпня 2023 року.

Завідувач кафедри



Людмила ДАЦЕНКО

28 серпня 2023 року.

Схвалено науково-методичною комісією географічного факультету, протокол № 6 від 28 серпня 2023 року.

Голова науково-методичної  
комісії



Наталія КОРОГОДА

28 серпня 2023 року.

## ВСТУП

**1. Мета навчальної дисципліни** полягає у отриманні студентами комплексу теоретичних знань з основ менеджменту та маркетингу; розвиткові практичних навичок використання методів й інструментів менеджменту та маркетингу у професійній діяльності; застосуванні навичок до самовизначення та самореалізації у професійній діяльності.

**2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:** наявність освітнього ступеня бакалавра, знання основ економіки, психології, соціології.

**3. Анотація навчальної дисципліни:**

Розкривається сутність процесу управління через функції (планування, організація, мотивація та контроль) та інструменти менеджменту (комунікації, влада, лідерство, управлінське рішення). Визначається сутність маркетингової діяльності, вивчаються складові та інструменти системи маркетингу (маркетинг-мікс) сучасного підприємства.

**4. Завдання (навчальні цілі):** ознайомити студентів із теоретичними основами та практичними засобами менеджменту і маркетингу. Сформувати у студентів сучасне управлінське мислення та маркетинговий підхід до функціонування організацій в ринкових умовах.

Дисципліна спрямована на досягнення наступних компетентностей: K01 – здатність до адаптації і дій в новій ситуації; K02 – вміння виявляти, ставити, вирішувати проблеми; K06 – здатність до абстрактного мислення, пошуку, аналізу та синтезу; K07 – здатність розробляти та управляти проектами.

**5. Результати навчання за дисципліною:**

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Методи		Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни*
Код	Результат навчання	Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)іспит має бути	
1.1.	знати сутність менеджменту та маркетингу в сучасних організаціях; знати особливості проектування ефективних систем маркетингу та менеджменту в організаціях; знати сучасні концепції лідерства та сучасні концепції маркетингу	Лекція, практичне заняття, дискусія	виконання, презентація, захист індивідуальних (групових) завдань	15
1.2	знати прикладні аспекти, практичні інструменти та методи менеджменту і маркетингу; особливості формування і взаємодії елементів організації	лекція, практичне заняття	виконання і презентація дослідних робіт, ситуаційних та/або тестових завдань	15
2.1	вміти ідентифікувати необхідний управлінський та маркетинговий інструментарій для ефективного функціонування організацій	лекція, практичне заняття	виконання і захист індивідуальних та/або тестових завдань	15
2.2	вміти аналізувати і діагностувати, оцінювати управлінські процеси та систему маркетингу у сучасних організаціях	лекція, практичне заняття	письмове виконання й захист аналітичних, ситуаційних та/або тестових завдань	15
2.3	демонструвати вміння вести усне і письмове професійне спілкування українською мовою	лекція, практичне заняття	письмове виконання робіт, захист, дискусія	10
3.1	збирання, обробка та презентація емпіричних даних у вигляді дослідження внутрішнього та	лекція, дискусія, розгляд ситуаційних	захист самостійних індивідуальних завдань, дискусія	15

	зовнішнього середовища організацій	завдань		
3.2.	вироблення у студентів практичних навичок проведення дослідження наукових джерел, обговорення наукової новизни досліджуваної проблематики	практичне заняття	опитування, дискусія, презентація та захист робіт, іспит	5
4	виявляти здатність до саморозвитку, навчання впродовж всього життя та ефективного самоменеджменту	практичне заняття, самостійна робота	опитування, дискусія, захист творчо-аналітичних робіт	10

## 6. Співвідношення результатів вивчення дисципліни з програмними результатами навчання.

Програмні результати навчання	Результати вивчення дисципліни (за кодами)							
	1.1	1.2	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	4
ПР03. Вміти спілкуватися з фахівцями та експертами різного рівня інших галузей знань, у тому числі в міжнародному контексті, в глобальному інформаційному середовищі	+	+			+	+	+	+
ПР04. Розробляти, керувати та управляти проектами в науках про Землю, оцінювати і забезпечувати якість робіт		+	+	+		+	+	
ПР05. Планувати і здійснювати наукові експерименти, писати наукові роботи за фахом				+	+	+	+	+
ПР08. Знати основні принципи управління підприємств сфери природокористування, їхньої організації, виробничої та організаційної структури управління	+	+	+	+				+
ПР09. Розробляти та впроваджувати механізми територіального менеджменту, геопланування, здійснювати моніторинг регіонального розвитку, складати плани та програми			+	+		+	+	
ПР10. Демонструвати здатність до адаптації та дії в новій ситуації, пов'язаній з роботою за фахом, вміння генерувати нові ідеї в області наук про Землю			+	+			+	+

## 7. Схема формування оцінки.

Формування оцінки спирається на «Положення про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка», введеного в дію наказом № 716-32 від 31 серпня 2022 року.

### 7.1. Форми та організація оцінювання студентів:

- **поточне (семестрове) оцінювання** (мінімум 36 – максимум 60): виконання та захист практичних, пошукових, творчо-аналітичних робіт (24 – 40); усне опитування, дискусія (6 – 10); вирішення практичних, кейс-ситуацій, тестових завдань (6 – 10);
- **підсумкове (заключне) оцінювання** у формі іспиту (24 – 40): теоретична частина та тести (12 – 20); практична частина (12 – 40).

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів, ніж критично-розрахунковий мінімум – 36 балів, для допуску до іспиту необхідно виконати індивідуальне комплексне завдання.

### 7.2. Шкала переведення рейтингу до традиційної оцінки за національною шкалою.

Оцінка за 100-бальною системою	Оцінка за 4-бальною системою при складанні іспиту (національною шкалою)
90 – 100	відмінно
75 – 89	добре
60 – 74	задовільно
0 – 59	незадовільно (з можливістю повторного складання)

У випадку виникнення додаткових питань та складних ситуацій під час навчального процесу, їх вирішення здійснюється з посиланням на засади Положення про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка.

### 8. Тематичний план занять

№ п/п	Тема лекції	Кількість годин		
		лекції	практичні	С/Р
<b>Змістовна частина 1. Теоретичні та практичні аспекти менеджменту у садово-парковому господарстві</b>				
1	<b>Тема 1.</b> Менеджмент: еволюція науки, практики та мистецтва управління <b>Тема 2.</b> Закони, закономірності, принципи та методи менеджменту	2	1	11
2	<b>Тема 3.</b> Управлінська праця і сучасний менеджер <b>Тема 4.</b> Організація як об'єкт управління	2	2	11
3	<b>Тема 5.</b> Функції менеджменту	2	3	11
4	<b>Тема 6.</b> Прийняття управлінських рішень в сучасних організаціях <b>Тема 7.</b> Організаційна культура та культура управління	2	1	11
5	<b>Тема 8.</b> Керівництво, влада, лідерство як інструмент менеджменту <b>Тема 9.</b> Комунікації в управлінській діяльності	2	2	11
<b>Змістовна частина 2. Оцінка вартості різних видів активів підприємства та майнових прав</b>				
6	<b>Тема 1.</b> Сучасна парадигма маркетингу <b>Тема 2.</b> Маркетинг-мікс (комплекс маркетингу) підприємства	2	1	11
7	<b>Тема 3.</b> Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємств (маркетингові дослідження) <b>Тема 4.</b> Аналіз маркетингового середовища	2	2	11
8	<b>Тема 5.</b> STP-маркетинг у сучасних умовах	2	2	11
9	<b>Тема 6.</b> Маркетингова товарна політика підприємства <b>Тема 7.</b> Маркетингова цінова політика підприємства	2	2	11
10	<b>Тема 8.</b> Маркетингова політика розподілу товарів (послуг) <b>Тема 9.</b> Система маркетингових комунікацій підприємства	2	2	11
	<b>ВСЬОГО</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>102</b>

Загальний обсяг **150 год.**, в тому числі:

Лекцій – **28 год.**

Практичні – **20 год.**

Самостійна робота – **102 год.**

### 9. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

## **Основна література**

1. Освітньо-наукова програма «Картографія та географічні інформаційні системи»  
URL:[https://geo.knu.ua/wp-content/uploads/2022/01/kartografiya\\_gis\\_2022\\_mag.pdf](https://geo.knu.ua/wp-content/uploads/2022/01/kartografiya_gis_2022_mag.pdf)
2. Положення про організацію освітнього процесу у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. 2-га редакція. URL :  
[https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-11\\_04\\_2022.pdf](https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/Polozhennia-pro-organizatsiyu-osvitniogo-procesu-11_04_2022.pdf) (дата звернення 05.09.2022).
3. Білорус Т.В., Горбась І.М. Менеджмент: практикум. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2014. 471 с.
4. Деркач О.Г. Основи менеджменту і маркетингу : навч.метод комплекс. К. : ЦОП «Глобус» ФОП Кравченко Я.О. 2018. 90 с.
5. Жилінська О.І., Деркач О.Г. Менеджмент. Практикум для неекономічних спеціальностей: навчальний посібник. Київ: Прінтеко, 2021. 328 с.
6. Маркетинг : підручник / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін. ; за заг. ред. А. О. Старостіної. К., 2009. 1070 с.
7. Менеджмент : Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
8. Міждисциплінарний словник з менеджменту : навч. посіб. / за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської. К. : Нічлава, 2011. 624 с.
9. Любіцева О.О., Давидова О.Г. Маркетинг в туризмі : практикум. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2018. 260 с.
10. Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент: Підручник. Видання 4-е, перероблене і доповнене. - К.: Кондор-Видавництво, 2015. - 563 с.
11. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Менеджмент. Практикум : навч. посіб. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2019. 104 с.
12. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків : підручник. К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012. 480 с.
13. Фірсова С. Г. Маркетинг : навч. посіб. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 423 с.

## **Додаткова:**

1. Астахова / Маркетинг: Навч. посіб./Харківський національний економічний ун-т. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. – 208 с.
2. Безус А.М., Менеджмент: навчальний посібник : К.: АМУ, 2015. 268 с. 11. Василенко В. О. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навчальний посібник / Василенко В. О. – К. : ЦУЛ, 2003. – 420 с.
3. Кондратюк Н.В., Менеджмент: практикум. Харків : ХНАУ, Смугаста типографія, 2016. 219 с.
4. Кузьмін О. Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту : підруч. : Вид. 2-ге, випр., доп. К. : Академвидав, 2007. 464 с.
5. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент: підручник. К.: Кондор-Видавництво, 2015. 563 с.
6. Побудова системи грейдів своїми силами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pravo-ukraine.org.ua/blogs/hr/rekryting/4429-pobudova-sistemi-grejddiv-svojimi-silami>].
7. Шоробура, І. М., Долинська О.О., Практикум з менеджменту : [посібник]. Хмельницький : Цюпак, 2017. 285 с.
8. Drucker, P. F. (2007). Management challenges for the 21st century. Routledge. 202 p.
9. Ball, D.R. (2010), “A Technology, Innovation, and Operations Strategic Model for Both Domestic and Global Sustainability”, Proceedings of the Northeast Business & Economics Association, pp.485-491.
10. Tsai, C. W., Shen, P. D., Chiang, Y. C., & Hsu, P. F. Online Advertising and Promotion:

Modern Technologies for Marketing, 2016.

**Інтернет-ресурси:**

<http://www.management.com.ua>

<https://marketingforum.com.ua/>

<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

[hhttps://www.managementstudyhq.com/what-is-management.html](https://www.managementstudyhq.com/what-is-management.html)

<http://ukraineallaboutu.com>