

ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ
Освітньо-професійна програма «МЕНЕДЖМЕНТ» (2022)
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Назва дисципліни	<i>Сучасні концепції управління організаціями</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK5 Мікроекономіка OK6 Макроекономіка OK9 Основи економіки та підприємництва OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK17 Теорія організації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Мальська М. П., Білоус С. В. Менеджмент організацій: теорія та практика: навч. посібн. / Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 190 с. Назарчук Т.В., Косіюк О.М. Менеджмент організацій: навч. посібн. / Київ: Центр навчальної літератури, 2018. 560 с. Certo C. S., Certo S. T. Modern Management: Concepts and Skills, Global Edition (ABE) / Pearson education, 2018. 576 p.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета навчальної дисципліни: підготовка висококваліфікованих фахівців, що володіють навичками наукової, методичної, консультативної, інноваційної та креативної науково-проектувальної діяльності у соціокультурній сфері іноземною мовою, здатні розробляти та використовувати науково, інноваційно-обґрунтовані підходи до організації та управління внутрішніми та зовнішніми соціокультурними процесами.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: види та характеристики сучасних концепцій управління; сутність та значення концепції процесного управління; погляди науковців на формування концепції управління за цілями; процес управління підприємства за допомогою розробки та реалізації сучасних проєктів; сутність та значення сучасної концепції управління якістю; сутність та характеристику контролінгу як сучасної концепції управління підприємством; особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів; задачі менеджменту знань та сутність процесу управління знаннями; сутність та значення сучасної концепції логістики; сучасні технології управління персоналом; сутність та значення концепції

антикризового управління; концептуальну модель системи управління фінансами підприємства; принципи кайдзен-менеджменту; процес формування концепції діджитал менеджменту; основні принципи та етапи концепції бенчмаркінгу; сутність та принципи концепції LEAN-управління; структурні елементи концепції збалансованої системи показників; сутність, значення, принципи та методи тайм-менеджменту; сутність та значення концепції гнучкого менеджменту; сутність та характеристику сучасної концепції ризик-менеджменту; сутність та значення сучасної концепції бренд-менеджменту.

вміти: визначати які сучасні концепції управління використовують у своїй діяльності українські підприємства; визначати переваги та недоліки використання концепції процесного управління; раціонально використовувати в діяльності підприємств концепцію управління за цілями; поетапно здійснювати проектно-орієнтоване процесне управління; здійснювати порівняльний аналіз управління якістю в підприємствах України та інших країнах світу; аналізувати організаційні основи створення системи контролінгу у підприємстві; здійснювати організацію робіт з реінжинірингу бізнес-процесів; на практиці застосовувати концепцію знань; аналізувати та використовувати в практичній діяльності підприємств концепцію логістики; проводити дослідження та впроваджувати в діяльність підприємств сучасні технології управління персоналом; аналізувати та оцінювати стан діяльності підприємств та вчасно впроваджувати необхідні антикризові заходи; визначати стійкість фінансової системи підприємства; застосовувати в практичній діяльності підприємств концепцію кайдзен-менеджменту; аналізувати та прогнозувати необхідність впровадження діджитал технологій в діяльність підприємств; застосовувати методіку проведення бенчмаркінгу; використовувати концепцію LEAN-управління в діяльності підприємств; проводити аналіз та формувати збалансовану систему показників в українських підприємствах; застосовувати в практичній діяльності підприємств концепцію тайм-менеджменту; використовувати Agile-методології в діяльності підприємств; застосовувати в практичній діяльності підприємств концепцію ризик-менеджменту; проводити дослідження та впроваджувати в діяльність підприємств концепцію бренд-менеджменту.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Сучасне бачення організації та управління

Тема 2. Концептуальні основи менеджменту в інформаційній економіці

Тема 3. Еволюція теорій в менеджменті.

Тема 4. Організаційна динаміка і вирішення конфліктів

Тема 5. Еволюція організаційних структур. Поняття організаційного дизайну.

Тема 6. Крос-культурні концепції менеджменту

Тема 7. Процесна концепція в менеджменті.

Тема 8. Сучасні концепції в стратегічному управлінні

Назва дисципліни	<i>Психологія управління</i>		
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)		
Курс (рік) навчання	2		
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)		
Мова викладання	українська		
Передумови для вивчення дисципліни	ОК4 Філософія ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК17 Теорія організації		
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту		

Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Ходаківський Є. І. Психологія управління. 5-те вид. перероб. та доп. Х69 [текст] Підручник. / Є. І. Ходаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. К.: Центр учбової літератури, 2016. Жаворонкова Г.В., Скібіцький О.М., Сівашенко Т.В. Управління конфліктами: Навч. посіб. / Г.В. Жаворонкова, О.М. Скібіцький, Т.В. Сівашенко Т.В. К.: Каравела, 2018. Войнович М.В. Карамушка Л.М. Психологічні основи розв'язання управлінських конфліктів в освітніх закладах. / М.В. Войнович, Л.М. Карамушка //Управління закладами середньої освіти: психологічні аспекти. – К. Ін-т психології АПН України, 2001.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета: поглиблення знань стосовно природи управлінських процесів.

Завдання: формування у студентів необхідних знань та практичних навичок щодо раціоналізації управлінської діяльності на основі використання психологічних механізмів, закономірностей, прийомів, а також формування і розвиток особистих та ділових якостей.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: мету вивчення, зміст дисципліни; основні поняття психології управління як спеціальної галузі психологічної науки; сучасні підходи, що використовуються у цій системі знань; психологічний контекст управлінських відносин та психологічні закономірності управлінського процесу; соціально-психологічні механізми та методи управлінського впливу; особливості як суб'єкта управління; психологічні аспекти, інструментарій управління трудовим колективом; особливості ділового спілкування; методи проведення соціально-психологічних досліджень в управлінні соціально-економічними системами.

вміти: застосовувати психологічні знання в управлінській діяльності; визначати закономірності управління; застосовувати методи саморозвитку особистості керівника; використовувати методи дослідження соціально-психологічних тенденцій в організації; застосовувати методи аналізу соціально-психологічних передумов результативності управлінського процесу; застосовувати соціально-психологічні методи управління, а також методи та прийоми психогігієни в управлінні.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

ТЕМА 1. Психологія управління як галузь психологічного знання

ТЕМА 2. Методологія та методи психології управління

ТЕМА 3. Особистість як соціально-психологічний феномен управління

ТЕМА 4. Психологічний зміст функцій управління

ТЕМА 5. Психологія особистості керівника

ТЕМА 6. Типи керівника та психологія впливу його на підлеглих

ТЕМА 7. Психологія стресу у діяльності керівника

ТЕМА 8. Психологія ділового спілкування в системі управління персоналом

ТЕМА 9. Психологія управління групами та трудовим колективом

ТЕМА 10. Психологія конфліктів в управлінні та шляхи їх розв'язання

Назва дисципліни	<i>Трансформаційна економіка та економічна політика держави</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK5 Мікроекономіка OK6 Макроекономіка OK9 Основи економіки та підприємництва
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Амоша О.І. (2011) Структурні реформи економіки: світовий досвід, інститути, стратегії для України: [монографія]. Тернопіль: Екон. думка. 846 с. Головнина О.Г. (2013) Основи соціальної економіки. 2-е вид., перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури. 648 с. Литвиненко А.В. (2010) Трансформаційна економіка та економічна політика держави: навч. посіб. Харків: ХНЕУ. 200 с. Сало І.В., Єпіфанова М.А., Соколенко К.О. (2013) Методологічні засади формування економічної політики України: [монографія]. Суми: Унів. кн.. 224 с. Школа І.М. (ред.), Бабінська О.В. (ред.) (2014) Трансформації в глобальній економіці та Україна: монографія Чернівці: Друк Арт, 2014. 416 с. Coeuré B., Jacquet P. (2010) Economic Policy: Theory and Practice. Oxford University Press. 709 p.
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук

Загальні компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями

Спеціальні компетентності:

Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища

Здатність визначати перспективи розвитку організації

Програмні результати навчання:

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень

Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Метою вивчення дисципліни «Трансформаційна економіка та економічна політика держави» є формування у студентів ґрунтовних знань щодо закономірностей формування і реалізації економічної політики, теоретичних та практичних аспектів регулюючої діяльності державних інститутів у трансформаційних економіках.

Тема 1. Трансформація сучасного капіталізму
Тема 2. Соціалізація економіки та соціальна держава
Тема 3. Людський, соціальний та інтелектуальний капітал як форми існування інформаційного суспільства
Тема 4. Передумови та цілі системної трансформації соціалізму
Тема 5. Інституціональні основи системної постсоціалістичної трансформації
Тема 6. Трансформація відносин власності
Тема 7. Становлення ринку факторів виробництва
Тема 8. Сутність, цілі та еволюція концепцій економічної політики.
Тема 9. Інструменти та методи сучасної економічної політики в трансформаційній економіці
Тема 10. Політика економічного зростання у перехідний період
Тема 11. Фіскальна та монетарна політика як складові фінансової стабілізації в трансформаційній економіці
Тема 12. Зайнятість, доходи населення та соціальна політика в умовах ринкових перетворень
Тема 13. Принципи формування підприємницького середовища у перехідній економіці
Тема 14. Регіональна економічна політика у перехідній економіці

Назва дисципліни	<i>Поведінкова економіка</i>
Рівень вищої освіти	Перший
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити (120 год.)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK5 Мікроекономіка OK6 Макроекономіка OK9 Основи економіки та підприємництва
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	1. Вахітов В., Григоренко Є. (2017) Поведінкова економіка: чому ми любимо помилятися. URL: https://voxukraine.org/povedinkova-ekonomika-chomu-mi-lyubimo-pomilyatisya/ 2. Грабовська С.Л. (2014) Психологічні аспекти комунікаційного менеджменту організації: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка. 456 с. 3. Помиткіна Л. В. (2013) Психологія прийняття особистістю стратегічних життєвих рішень: монографія. Київ: Кафедра. URL: http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/31523/1/моногр.pdf 4. Талер Р. (2018) Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення. Київ: Наш формат. 464 с. 5. Талер Р. (2022) Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду. 3-тє вид. Київ: Наш формат. 464 с. 6. Heath Ch., Heath D. (2013) Decisive: How to Make Better Choices in Life and Work. New York : Crown Business. 243 p. 7. Kahneman D. (2011) Thinking, fast and slow. New York: Farrar, Straus, and Giroux. 656 p

	8. Pennycook G., Fugelsang J., Koehler D. (2015) What makes us think? A three-stage dual-process model of analytic engagement. Cognitive Psychology. 2015. Vol. 80. P. 34–72. 9. Sheth S. Investigating the Physiology of Human Decision-Making URL: https://dana.org/grant/investigating-the-physiology-of-human-decision-making/
Форма проведення занять	читання лекцій, проведення семінарів і практичних занять
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, які характеризуються комплексністю і невизначеністю умов, у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів соціальних та поведінкових наук (I1)

Загальні компетентності:

Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу (33)

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях (34)

Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями (39)

Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. (311)

Здатність генерувати нові ідеї (креативність). (312)

Спеціальні компетентності:

Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища (C2)

Здатність визначати перспективи розвитку організації (C3)

Здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту (C5)

Здатність діяти соціально відповідально і свідомо. (C6)

Розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності. (C14)

Здатність формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички. (C15)

Програмні результати навчання:

Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень (P6)

Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації (P12)

Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності. (P15)

Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним (P16)

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Поведінкова економіка в системі економічного знання. Когнітивна психологія та економічна поведінка. Продуктивне мислення. Психологія прийняття рішень.

Нейроекономіка. Соціальні аспекти поведінкової економіки. Грошова поведінка.

Податкова поведінка. Підприємницька поведінка. Експериментальна економіка.

Нейромаркетинг.

Назва дисципліни	<i>Етика ділового спілкування</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год.)
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК4 Філософія ОК15 Організація діяльності менеджера
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації, електронний конспект лекцій, електронні презентаційні матеріали по темах дисципліни, індивідуальні завдання для самостійного виконання), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	Лекційні та семінарські заняття
Форма семестрового контролю*	Залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою викладання дисципліни «Етика ділового спілкування» є розвиток у студентів комплексних знань у сфері менеджменту комунікацій, професійного спілкування та вміння ефективно організувати наради, співбесіди, ділові зустрічі й переговори, а також мати достатню кваліфікацію для проектування та розробки нових засобів і методів комунікації на підприємстві.

Завдання вивчення навчальної дисципліни є:

- оволодіння методами управління інформаційною взаємодією в різних сферах предметної діяльності;

- вивчення основних задач, функцій та методів комунікативного менеджменту;

- оволодіння методами організації проведення комунікаційних досліджень;

- дослідження механізмів реалізації комунікативної політики організації.

У результаті вивчення даної навчальної дисципліни студент повинен *знати*:

- знати місце етики у діловому спілкуванні та у бізнесу, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві;

- специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової етики у діловому спілкуванні;

- якими є механізми впливу таких комунікативних технологій ділового спілкування як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика;

- основні засади та принципи ділового спілкування;

- основні методи, технології етики ділового спілкування;

- концептуальні основи і стратегії етики ділового спілкування;

- обов'язкові елементи та фази комунікативного спілкування;

- порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві;

- соціальну природу поняття «етики ділового спілкування», його мету та зміст;

- канали, засоби, моделі комунікацій;

- особливості використання інформації в менеджменті;

- основні елементи забезпечення ефективних комунікацій;

- методи вирішення комунікаційних конфліктів;

- особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації);

- розробляти рекомендації, які допоможуть вирішити складні задачі, що постають перед сучасними керівниками в різних сферах комунікаційної діяльності.

Знання та вміння, отримані студентом під час вивчення даної навчальної дисципліни, використовуються в подальшому при вивченні багатьох наступних дисциплін професійної підготовки фахівця з базовою та повною вищою освітою.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Спілкування як частина культури управління.

Тема 2. Види ділового спілкування.

Тема 3. Конфліктні правила вирішення конфлікту.

Тема 4. Діловий етикет.

Тема 5. Гуманістична спрямованість етики спілкування та її значення.

Тема 6. Комунікативна позиція. Способи впливу на особистість у спілкуванні. Маніпулювання та актуалізація.

Тема 7. Поняття комунікативної рівноваги. Бар'єри у спілкуванні, чинники їх виникнення.

Тема 8. Моделі спілкування. Стратегії та тактики ділового спілкування.

Тема 9. Характеристика вербальних і невербальних засобів спілкування.

Тема 10. Невербальні засоби спілкування. Особливості їх використання у діловому спілкуванні.

Тема 11. Форми ділового спілкування.

Тема 12. Ділове спілкування народів світу.

Тема 13. Психологія педагогічного спілкування як різновиду ділової та професійної взаємодії.

Тема 14. Конфлікти у діловій і професійній сферах. Методи та стратегії їх регулювання.

Назва дисципліни	<i>Сучасні бізнес-комунікації</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК4 Філософія ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент»
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Абетка соціальних комунікацій : довідник [Текст] / за наук. ред. Л. Г. Масімової. К. : Жнець, 2014. 152 с. Білан Н. І. Інформаційна парадигма соціальних комунікацій: монографія [Текст] / К. : СПД Паливода, 2016. 379 с. Ломачинська І. М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій [Текст] : навч. посіб. / І. М. Ломачинська, Ю. П. Якимюк, Л. В. Ломачинська; К.: ЦУЛ, 2014. 336 с. Холод О. Медіа й теорії соціальних комунікацій : монографія / К.: Видавничий центр ПВНЗ «Інститут реклами», 2017. 409 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Програмні результати навчання:

знати: специфіку символічної, візуальної, подієвої, міфологічної складової бізнес-комунікацій; основні засади та принципи бізнес-комунікацій; основні методи, технології бізнес-

комунікацій; концептуальні основи і стратегії бізнес-комунікацій; обов'язкові елементи та фази бізнес-комунікацій; порядок формування ефективних комунікацій на підприємстві; основні елементи забезпечення ефективних комунікацій; методи вирішення комунікаційних конфліктів; особливості формування іміджу менеджера та корпорації (організації); перспективи бізнес-комунікацій в інформаційному суспільстві;

вміти: приймати управлінські рішення з метою підвищення комунікаційної ефективності організації; організувати та проводити за відповідними методиками комунікаційні дослідження; розробляти стратегію та тактику діяльності фірми в сфері бізнес-комунікацій; орієнтуватися в теоретичних концепціях сучасних бізнес-комунікацій і вміти застосовувати їхні алгоритми в реальному управлінні; оцінювати ефекти застосування форм бізнес-комунікацій; самостійно розробляти програми залучення ЗМІ до поширення інформації про підприємство;

розуміти: місце комунікацій в менеджменті, знати типи ділових стратегій та їх використання на підприємстві, в чому специфіка бізнес-комунікацій в сучасному інформаційному суспільстві; якими є механізми впливу таких комунікативних технологій як зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз); іміджмейкінг; менеджмент новин; реклама; пропаганда; риторика.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Поняття комунікації: цілі, функції, етапи

Тема 2. Ділова комунікація

Тема 3. Вербальні засоби ділової комунікації

Тема 4. Невербальні засоби ділової комунікації

Тема 5. Комунікативні бар'єри

Тема 6. Маніпуляції в комунікаціях

Тема 7. Організація і проведення нарад і зборів

Тема 8. Ділова бесіда та організація ділових переговорів

Тема 9. Спілкування електронною поштою

Тема 10. Новітні інформаційні технології у міжнародній комунікації

Тема 11. Етика ділових комунікацій

Назва дисципліни	<i>Управління людським капіталом</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Лібанова Е. М. Людський розвиток в Україні : інноваційний вимір: кол. монографія. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008. 316 с. Грішнова, О. А. Людський капітал : формування в системі освіти і професійної підготовки. К. : Знання, 2001. 254 с. Продуктивність праці та продуктивність капіталу: стат. бюлетень // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. К., 2018. 12 с. Інвестування в людський капітал у системі чинників забезпечення гідної праці: монографія / За наук. ред. О. А. Грішнкової. К. : КНЕУ, 2015. 222 с. Гавкалова Н. Л. Проблеми ідентифікації соціального капіталу // Формування ринкової економіки. 2005. № 6. С. 117–122. Жуков С. А. Методологічний аналіз системи управління людським капіталом в умовах активізації інноваційної діяльності. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 3(49). URL: https:// metodolog-chniy-anal-z-sistemi-upravlnnyalyudskim-kap-talom-v-umovah-aktiv-zats-nnovats-yno-d-yalnost.pdf
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою даного курсу є формування професійних знань та компетентностей необхідних для системного та комплексного управління людським капіталом для підвищення економічної ефективності функціонування суб'єктів економіки всіх рівнів.

Завданням вивчення дисципліни «Управління людським капіталом» є формування теоретичних знань щодо теорій, концепцій, моделей, принципів управління людським капіталом та практичне їх застосування в професійній діяльності; теоретична підготовка студентів із питань:

- сутності основних понять і категорій управління;
- системи методів управління людським капіталом;
- концепцій людського капіталу;
- концепцій людського розвитку. Індексу людського розвитку;
- мотивації економічної активності населення;
- управління людським капіталом на різних стадіях розвитку підприємства;
- оцінювання ефективності управління людським капіталом.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи вивчення людського капіталу.

Тема 1. Теорія людського капіталу.

Тема 2. Людський капітал в системі чинників соціально-економічного розвитку.

Тема 3. Людський капітал як чинник факторного розподілу доходів та політики перерозподілу.

Тема 4. Управління людським капіталом: роль держави

Тема 5. Управління людським капіталом на рівні підприємства

Змістовий модуль 2. Ринкові механізми управління людським капіталом.

Тема 6. Стратегічна роль кадрової служби в управлінні людським капіталом

Тема 7. Процес стратегічного управління людським капіталом.

Тема 8. Аналіз управління людським капіталом на рівні підприємства.
Тема 9. Організаційні стратегії управління людським капіталом.
Тема 10. Функціональні стратегії управління людським капіталом
Тема 11. Управління людським капіталом на різних стадіях розвитку підприємства.
Тема 12. Оцінювання ефективності управління людським капіталом.

Назва дисципліни	<i>Соціальний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK 17 Теорія організації
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Бойко М.М. Соціальний капітал як чинник конкурентоспроможності підприємств сфери послуг. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2014. № 1. С. 486–495. URL: http://www.tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2014_28_2/zb28_2_43.pdf Гриненко А.М., Кирилюк В.В. Соціальний капітал бізнес-організацій: сучасні тренди та тенденції. Social and Labour Relations: Theory and Practice. 2019. № 9. URL: https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/34127 Sözbilir F. The interaction between social capital, creativity and efficiency in organisations. Think. Skills Creat. 2018. № 27. P. 92–100. https://www.researchgate.net/publication/322039512_The_interaction_between_social_capital_creativity_and_efficiency_in_organizations Кроль В.В. Концептуальні засади аналізу соціального капіталу. Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. 2018. Вип. 2. С. 110–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnuvdp_ekon_2018_2_14 Колбіна Л. А. Менеджмент соціальної роботи : навч. посіб. Одеса, 2017. 406 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета та завдання вивчення дисципліни: отримання знань про особливості застосування методів обґрунтування управлінських рішень що стосуються формування та ефективного

використання соціального капіталу підприємств. Аналіз методів визначення вартості складових капіталу. Вивчення особливостей та принципів оптимізації капіталу підприємств та розгляд показників, що дозволяють зробити висновки про ефективність його використання в сучасних умовах господарювання.

Внаслідок освоєння дисципліни «Соціальний менеджмент» студент має демонструвати такі результати освіти:

знати:

основні поняття та категоріальний апарат соціального менеджменту як форми соціального управління;

соціальну організацію підприємства;

соціальні функції трудового колективу підприємства;

організаційно-методичні засади соціального менеджменту;

основи соціального планування, соціального контролю для підприємства;

інноваційні підходи до управління соціальними процесами для підприємства.

вміти: аналізувати підприємство як соціально-економічний феномен, його соціальну структуру та соціальний потенціал трудового колективу підприємства.

володіти: соціологічним мисленням під час аналізу управлінських процесів; здатністю використання фундаментальних соціологічних знань у практиці управління

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Соціальний менеджмент у системі соціального управління

Тема 2. Історія теорії та практики соціального менеджменту за кордоном

Тема 3. Особливості розвитку ідей соціального менеджменту в Україні

Тема 4. Соціальна політика, як зміст соціального менеджменту. Пріоритети сучасної соціальної політики України

Тема 5. Характеристика суб'єктів соціальної політики

Тема 6. Соціальні проблеми демографії, народонаселення та міграції. Управління соціальним здоров'ям населення

Тема 7. Управління процесами російського ринку праці: зайнятість та безробіття

Тема 8. Соціальний захист та соціальна робота в системі управління соціальною сферою суспільства

Тема 9. Система соціального страхування. Пенсійне забезпечення громадян

Тема 10. Соціально-трудова сфера організації як об'єкт соціального менеджменту підприємства

Тема 11. Соціальна політика та соціальна відповідальність підприємства

Тема 12.. Місія, соціальна політика та стратегія підприємства

Тема 13. Концепція якості трудового життя

Тема 14. Ідеологія, правові основи та практика соціального партнерства на підприємствах

Тема 15. Соціальне планування та корпоративна соціальна політика на підприємстві

Тема 16. Технології та практика зовнішньої соціальної політики підприємства

Тема 17. Соціальний контроль та соціальна звітність підприємства

Тема 18. Управління соціальними конфліктами для підприємства

Назва дисципліни	Самоменеджмент
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Балабанова Л.В. Організація праці менеджера: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.П. Сардак. К.: Професіонал, 2007. 407 с. Довгань Л.Є. Праця керівника, або практичний менеджмент: навч. посіб. / К.: Ексоб, 2002. 384 с. Керівництво організацією: навч. посіб. / [О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, І.С. Проник]. Львів.: Вид-во нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2008. 244 с. Лукашевич Н.П. Теория и практика самоменеджмента: учеб. пособие / Н.П. Лукашевич. [2-е изд., испр.]. К.: МАУП, 2002. 360 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни є оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з питань особистісного розвитку менеджера; формування у студентів індивідуальних особливостей та поведінкових навичок, які необхідні майбутньому керівнику; розвиток у майбутніх менеджерів умінь організовувати особисту працю.

Завданням вивчення дисципліни є теоретична та практична підготовка студентів із питань: визначення особистісних цінностей та цілей менеджера; управління саморозвитком особистості; розвинення навичок ефективного керівництва; організації управлінської діяльності менеджерів різних рівнів; застосування сучасних принципів та напрямів наукової організації діяльності менеджера; використання часу як ресурсу.

Результати вивчення дисципліни дозволять здійснити практичну підготовку та сформувати ряд відповідних професійних і особистісних компетенцій. У результаті вивчення дисципліни студент повинен

знати: сучасні концепції самоменеджменту. методика вибору кар'єри, теорію психологічних типів особистості, діловий профіль особистості, методики саморозвитку менеджера, основні методики тайм-менеджменту, соціальні технології самоуправління діловою кар'єрою.

вміти: визначити принципи сучасних концепцій само менеджменту, використовувати основні методики тайм-менеджменту, використовувати методику процесу влаштування на роботу, визначати сильні та слабкі сторони свого типу особистості, послідовно розкрити зміст логічних

завдань методики саморозвитку менеджера, визначати адаптивну поведінку менеджера та його механізмів, визначити ознаки, природу та наслідки стресу, оцінити рівень власних здібностей до самоуправління.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи самоменеджменту

Тема 1. Суть, зміст та історія самоменеджменту

Тема 2. Сучасні концепції самоменеджменту

Тема 3. Вибір місця у професійній кар'єрі

Тема 4. Розвиток менеджера як особистості

Змістовий модуль 2. Практичні аспекти самоменеджменту

Тема 5. Розуміння себе. Техніка визначення цілей та способів їх досягнення

Тема 6. Техніка з розподілу та планування власного часу

Тема 7. Техніки ефективної роботи в команді

Тема 8. Оцінка та тренування комунікаційних навиків

Тема 9. Самомотивування та самоконтроль менеджера в умовах війни

Назва дисципліни	<i>Тайм-менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Організація праці менеджера: Навч. пос. К., 2013. 252 с. Віноградська О.М. Організація праці менеджера: Навч. Посібник. Харків: ХНАМГ, 2008 190 с. Довгань Л.Є. Праця керівника, або практичний менеджмент: навч. посіб. К.: Ексоб, 2012. 384 с. Калинин С.И. Тайм-менеджмент: практикум по управлению временем. СПб. : Речь, 2006. 371 с. Лукашевич Н.П. Теория и практика тайм-менеджмента: учеб. пособие; 2-е изд., испр. К.: МАУП, 2012. 360 с. Campbell G. Time Management: The 8 Laws of Time Management. N.Y.: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. 68 p.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття

Форма семестрового контролю	залік
-----------------------------	-------

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни «Тайм-менеджмент» є підготовка бакалаврів до успішної роботи в соціально-культурній сфері на основі формування у студентів системи знань та навичок щодо організації часу та підвищення власної ефективності.

Основними *завданнями* вивчення дисципліни «Тайм-менеджмент» є: надати студентам ясне і чітке уявлення про теоретичні та методологічні засади сучасного тайм-менеджменту; виробити навички самоорганізації, мотивації, цілепокладання, розстановки пріоритетів, делегування повноважень, контролю і оцінки особистих показників діяльності, оволодіти навички володіння методами організації робочого часу та раціонального використання ресурсів; сформувати навички самостійної, творчої роботи; вміння організовувати свою працю, розвинути здібності породжувати нові ідеї, знаходити нові підходи до їх реалізації.

Вимоги до знань і умінь

а) *знати*: основні етапи розвитку управлінської думки в сфері тайм-менеджменту категоріальний апарат, основні принципи, методи, техніки управління часом; провідні концепції формування системи управління часом; основні методи інвентаризації та аналізу власного та організаційного часу; принципи і правила планування часу, визначення власних цілей і розстановки пріоритетів при прийнятті якісних управлінських рішень; організаційні принципів розпорядку дня з урахуванням темпераменту та біоритмів людини; способи підвищення власної ефективності; види, правила та помилки самоконтролю при управлінні часом.

б) *уміти*: формулювати цілі і ставити завдання, пов'язані з реалізацією професійної діяльності менеджера в області тайм-менеджменту; моделювати процес прийняття управлінських рішень з урахуванням знань основ теорії і практики тайм-менеджменту; розробляти деякі пропозиції щодо вдосконалення управління сучасної організацією і проектами з урахуванням знання досягнення тайм-менеджменту; робити власний SWOT-аналіз, для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз особистості; виявляти і аналізувати проблемні області індивідуального «освоєння» часу; адекватно розподіляти часові ресурси міжособистісної і професійної взаємодії; використовувати отримані знання для подальшого саморозвитку.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Сутність та роль тайм-менеджменту в діяльності організації

Тема 2. Час менеджера і принципи його ефективного використання

Тема 3. Аналіз витрат часу в системі тайм-менеджменту

Тема 4. Планування робочого часу. Прийняття рішень про пріоритети в тайм-менеджменті

Тема 5. Планування особистої кар'єри менеджера і роль тайм-менеджменту в даному процесі

Тема 6. Цілепокладання в системі тайм-менеджменту. Самоконтроль і самомотивація

Тема 7. Корпоративний тайм-менеджмент: філософія і технологія

Тема 8. Делегування повноважень і тайм-менеджмент

Тема 9. Заходи проти нераціонального використання часу

Тема 10. Встановлення пріоритетів при виробленні управлінських рішень

Тема 11. Тайм-менеджмент як інструмент організаційного розвитку

Назва дисципліни	Організація виробництва на підприємстві
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська

Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Васильков В.Г. Організація виробництва: навч. посіб. / В. Г. Васильков. 2-ге вид. К. : КНЕУ, 2008. 524 с. Організація виробництва: [навчальний посібник] / [Г.Є. Мазнев, С.М. Калініченко, І.С. Щербакова, О.В. Грідін]; за ред. Г.Є. Мазнева. [вид. 2-ге випр. і доп.]. Харків: Вид-во «Майдан», 2013. 604 с. Петров В. М. Організація виробництва та планування діяльності на підприємствах АПК: навч. посібник / В. М. Петров / Харк. нац. аграр. унт. Х.: Майдан, 2016. 362 с. Прохорова В. В. Організація виробництва : навч. посібник / В. В. Прохорова, О. Ю. Давидова. Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. 275 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета – формування теоретичних знань і навичок із раціональної організації виробництва та використання методів підвищення ефективності функціонування підприємства.

Завдання: 1) вивчення теоретичних засад із раціональної організації виробництва в аграрних формуваннях; 2) набуття практичних навичок щодо раціональної організації виробництва та використання методів підвищення ефективності функціонування підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: теоретичні основи організації виробництва; організацію комплексної підготовки виробництва та процес організаційного проектування та раціоналізації виробничих систем; організацію діяльності підрозділів основного виробництва та виробничої інфраструктури підприємства.

вміти: впроваджувати заходи, які спрямовані на гармонійне поєднання типів і методів організації виробництва з метою забезпечення оптимізації виробничих процесів, ефективного використання їх основних елементів та досягнення високих виробничих і економічних показників в діяльності підприємства; обґрунтовувати організаційні заходи щодо забезпечення зростання продуктивності праці шляхом удосконалення її організації, високої якості виробленої продукції та її конкурентоспроможності; розробляти та економічно обґрунтовувати доцільність впровадження організаційних проектів з розвитку виробничих систем підприємства.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Теоретичні засади організації виробництва.

Тема 2. Система ведення господарства

Тема 3. Види підприємств і об'єднань, їх організаційно-економічні основи

Тема 4. Організація виробничого процесу на підприємстві в просторі та часі. Типи і методи організації виробництва.

- Тема 5. Організація використання землі
Тема 6. Організація використання засобів виробництва в сільськогосподарських підприємствах
Тема 7. Суспільні форми організації виробництва
Тема 8. Організація рільництва
Тема 9. Організація кормо виробництва, овочівництва садівництва і виноградарства
Тема 10. Організація галузі скотарства
Тема 11. Організація галузі свинарства
Тема 12. Організація галузі птахівництва
Тема 13. Організація допоміжних і обслуговуючих виробництв
Тема 14. Організаційно-виробниче забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції
Тема 15. Організація комплексної підготовки виробництва до випуску нової продукції

Назва дисципліни	<i>Інноваційні технології виробництва</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Системы технологий. Дудко П.Д., Пономаренко В.С. и др. – Х.: «Бурун Книга», 2003. 336 с. Основы технологических систем. Дудко П.Д., Крюк А.Г. и др. Х.: «ХГЭУ». 248 с. П. С. Харів. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль: “Економічна думка”, 2003. 326 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета навчальної дисципліни: формування з системних позицій у майбутніх фахівців компетентностей щодо інноваційних технологій створення продукції та послуг, визначення особливостей функціонування та напрямків розвитку як інноваційних технологічних систем підприємств, організацій, установ, а також набуття навичок самостійної роботи інноваційного менеджера щодо технологічного обґрунтування управлінських рішень або надавання консультаційних послуг як технологічного брокера для підприємств та організацій.

Компетентності: розуміння основних напрямків інноваційного розвитку підприємств у складі технологічних макросистем; розуміння відмінності технологічних систем за видами діяльності; розуміння критеріїв та якісних і кількісних показників підприємств і організацій як технологічних

систем; розуміння вибору технологічних новацій, технологічного оснащення за видами продукції, кресленням та нормативними документами; розуміння технічної інформації для інновацій в технологічному розвитку; розуміння інноваційних технологій та напрями вибору технологічного оснащення; здатність визначати і збільшувати економічну ефективність за технологічними складовими у різних галузях господарства.

Результати: визначати і вміти збільшувати економічну ефективність за технологічними складовими у різних галузях господарства; визначати інноваційні технології та напрями вибору технологічного оснащення; визначати необхідну технічну інформацію для інновацій в технологічному розвитку; здійснювати обґрунтований вибір технологічних новацій, технологічного оснащення за видами продукції, кресленням та нормативними документами; визначати критерії та якісні і кількісні показники підприємств і організацій як технологічних систем; уміти визначати основні напрямки інноваційного розвитку підприємств у складі технологічних макросистем; визначати відмінності технологічних систем за видами діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Змістовий модуль 1. Теоретичні та методологічні засади інноваційних технологій виробництва продукції та надання послуг

Тема 1. Науково-технічний прогрес і напрямки інноваційного оновлення технологій і технологічного оснащення підприємств

Тема 2. Техніко-економічні показники і критерії оцінки виробничої діяльності підприємств з позицій пріоритетів інноваційного розвитку виробництва

Тема 3. Методичні основи використання конструкторсько-технологічної і технічної документації для оцінки технологічних новацій

Тема 4. Основні поняття з оцінки міцності виробів

Тема 5. Якість як критерій конкурентоспроможності підприємств та оцінки інноваційної новизни товарів та послуг

Тема 6. Основні особливості будови та функціонування інноваційних технологічних систем

Змістовий модуль 2. Інноваційні технології виробництва продукції та надання послуг

Тема 7. Паливо-енергетичний комплекс (ПЕК) та його інноваційний розвиток

Тема 8. Інноваційні технології виробництва металопродукції

Тема 9. Інноваційні технології виробництва продукції хімічної промисловості

Тема 10. Інноваційні технологічні процеси підприємств харчової промисловості

Тема 11. Інноваційні технологічні процеси у торгівлі та наданні послуг

Тема 12. Технологічні новації як системний процес визначення напрямків інноваційного розвитку виробництва продукції та надання послуг

Назва дисципліни	<i>Організація сталого розвитку в менеджменті</i>			
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)			
Курс (рік) навчання	3			
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)			
Мова викладання	українська			
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства			
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту			

Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Мельник Л. Г. Основи стійкого розвитку: посібник для перепідготовки фахівців. Суми: Університетська книга, 2006. 325 с. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: підручник / за заг. ред. д. е. н., проф. Л. Г. Мельника та к. е. н., проф. М. К. Шапочки. Суми: Університетська книга, 2005. 759 с. Підліснюк В. В. Основи сталого розвитку: навчальний посібник. Кременчук: ПП Щербатих О. В., 2008. 124 с
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

До завдань курсу належать також вивчення якісних і кількісних критеріїв стійкості соціально-екологічних систем, зокрема проблеми збалансованого розвитку суспільства; економічних, соціальних, екологічних та етичних проблем розвитку суспільства; проблем прийняття управлінських рішень в умовах постійно зростаючого антропогенного впливу на довкілля.

Мета навчальної дисципліни – формування у майбутніх фахівців з менеджменту базових теоретичних знань з проблем взаємодії людини і суспільства з навколишнім середовищем, необхідних для прийняття рішень у подальшій професійній діяльності (незалежно від напрямку цієї діяльності) відповідно до сучасних принципів організації сталого розвитку.

Специфіка курсу «Організація сталого розвитку в менеджменті» пов'язана з вивченням процесів соціально-економічного розвитку суспільства, які не підривають природних умов існування людства. Мета курсу – визначити взаємозв'язок між екосистемами, соціальними спільнотами та економічними системами, а також умови, які забезпечують стійкий стан і прогресивний розвиток усіх трьох систем.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен *знати*: основні поняття щодо організації сталого розвитку; основні складові сталого розвитку, їх взаємодію; положення наявних концепцій сталого (збалансованого) розвитку; нормативне та інституційне забезпечення сталого розвитку; основні принципи забезпечення сталого розвитку; значення освіти у забезпеченні сталого розвитку. *уміти*: використовувати ключові терміни організації сталого розвитку; ідентифікувати загрози сталому розвитку на рівні країни, регіону тощо; визначати критичний стан індикаторів сталого розвитку на рівні країни; використовувати набуті знання з проблем взаємодії людини і суспільства з метою підвищення рівня екологічної свідомості оточуючих; орієнтуватись в питаннях використання необхідних нормативних і методичних документів з питань сталого (збалансованого) розвитку.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Основні поняття, визначення та причини виникнення концепції сталого розвитку

Тема 2. Економічне оцінювання природних факторів

Тема 3. Організаційно-економічний механізм платного природокористування

Тема 4. Механізм формування кадастру природних ресурсів

Тема 5. Сучасні проблеми ресурсовикористання в Україні

Тема 6. Регіональні аспекти управління ресурсовикористанням

Тема 7. Ресурсозбереження як екологоорієнтована діяльність

Назва дисципліни	<i>Енергетичний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Ефременко В.М., Отдельнова Г.В. Менеджмент и маркетинг в электроэнергетике: Учебное пособие для студентов очной формы обучения специальности «Электроснабжение» / КузГТУ, 2012. 239 стр. Маляренко В.А., Немировський І.А. Энергозбереження та енергетичний аудит: Навчальний посібник. Харків: НТУ «ХПИ», 2012. 341с. Сапожніков С.В. Основи енергетичного менеджменту: Навчальний посібник. Суми: СумДУ, 2015. 163 с. Суходоля О.М. Енергетична стратегія України на період до 2035 року (проект). Національний інститут стратегічних досліджень при президенті України. К., 2014. 41 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою викладання навчальної дисципліни «Енергетичний менеджмент» є вивчення теоретичних основ енергетичного менеджменту, ознайомлення з методами оцінки, аналізу та планування в енерговикористанні, розробка енергоощадних заходів на виробництві, сфері торгівлі, на підприємствах туристичної галузі тощо, складання та розробка програм енергозбереження, які враховують технічні, економічні, фінансові й адміністративні чинники.

Предметом вивчення дисципліни є принципи і методи організації системи енергетичного менеджменту на підприємствах виробничої сфери.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Енергетичний менеджмент» є: з'ясування суті основних проблем енергоменеджменту; набуття відповідних навичок та вмінь роботи зі спеціальною науковою літературою, пошуку заходів заощадження енергоресурсів під час їх споживання на всіх стадіях виробничого циклу; навчання студентів методам аналітичної системної роботи; набуття навичок з пошуку потенційних інвесторів і підготовки бізнес-планів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: теоретико-методологічні засади енергетичного менеджменту; теорію та практику функціонування системи енергетичного менеджменту в умовах сучасного ринкового соціально-економічного середовища; основні

методичні підходи оцінювання та аналізу енерговикористання; методи та процедуру планування енерговикористання на підприємстві; нормативні положення та законодавчу базу з питань енерговикористання.

вміти: працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами з проблематики енерговикористання; володіти методикою розрахунків енерговикористання; розробляти систему енергоощадних заходів на підприємстві; розробляти та складати програми енергозбереження із врахуванням технічних, економічних, фінансових та адміністративних чинників; використовувати методологічні та методичні прийоми вивчення ефективності енерговикористання; організовувати управління учасниками проекту; планувати і контролювати хід проектування енергозберігаючих заходів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Основи енергетичного менеджменту

Тема 2. Впровадження системи енергоменеджменту на підприємстві

Тема 3. Енергоменеджер, його роль і місце в системі управління виробництвом та організацією

Тема 4. Проектування в енергоменеджменті

Тема 5. Енергозбереження та енергоефективність, їх взаємозв'язок і значення

Тема 6. Енергетична стратегія підприємства в питанні енергоефективності

Тема 7. Впровадження політики енергозбереження

Назва дисципліни	<i>Маркетинговий менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту

Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Маркетинговий менеджмент: стислий конспект лекцій для здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» / О.Ю. Белікова, Шубна О.В. Краматорськ, ДДМА, 2020. 60 с. Балабанова Л. В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / за ред. Л.В.Балабанової. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2004. 354 с. Белявцева М. І., Воробйова В.Н. Маркетинговий менеджмент: [навч. посіб.]. К.: ЦУЛ, 2016. 407с. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник; М-во освіти і науки України. К.: Знання, 2010. 332 с. Крикавський Є. В., Дейнега І.О., Дейнега О.В., Лорві І.Ф. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 380 с. (Серія Світ маркетингу та логістики». Вип.8). Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник / За ред. Штефанича Дмитра Андрійовича. Тернопіль: Економічна думка, 2015. 241 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою викладання дисципліни «Маркетинговий менеджмент» є виклад студентам теоретичних основ сучасного маркетингового менеджменту, методів і прийомів його застосування у практичній діяльності промислових підприємств на ринку; ознайомлення студентів з певною послідовністю здійснення аналітичної роботи методами виходу на найсприятливіші цільові сегменти-ринки, консолідації зусиль менеджменту підприємства управлінськими методами на посилення конкурентної позиції підприємства; формування здатності самостійно мислити, приймати управлінські рішення, здійснювати організацію, планування, реалізацію та контроль маркетингової діяльності на рівні підприємств.

Основними *завданнями* вивчення дисципліни є: ознайомлення здобувачів вищої освіти з системою методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття студентами вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також вирішення конкретних маркетингових завдань; формування у здобувачів вищої освіти знань та вмінь підготовки прийняття маркетингових рішень на рівні стратегічних напрямків розвитку компанії, цільових товарних ринків; формування знань та вмінь підготовки прийняття маркетингових рішень на рівні окремих інструментів комплексу маркетингу; формування знань та вмінь у розв'язанні питань організації, планування і контролю маркетингової діяльності компанії.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен набути такі результати навчання:
Знання: принципів та сучасних тенденцій розвитку маркетингового менеджменту; завдань і функцій менеджера з маркетингу; методів організації та алгоритму планування маркетингового менеджменту на промисловому підприємстві; методик розробки маркетингових програм; завдань та методів супроводу виконання маркетингових планів та програм; методик контролю та оцінювання результатів маркетингової діяльності підприємства; можливостей та меж застосування ресурсів управління маркетингом промислового підприємства; методичних підходів до оцінювання

маркетингової діяльності підприємства та його конкурентоспроможності відносно інших підприємств.

Уміння: використовувати маркетингові підходи і методи в діяльності підприємства; організовувати роботу маркетингової служби підприємства; створювати необхідні умови для успішної реалізації маркетингового менеджменту; проектувати системи стимулювання працівників маркетингових служб, контролювати їхню діяльність; застосувати у практичній діяльності методи управління маркетингом шляхом створення маркетингових стратегій і програм; проводити аудит маркетингової діяльності; розробляти заходи щодо вдосконалення систем і методів маркетингового менеджменту промислового підприємства; досягати успіху, та протистояти конкурентному середовищу засобами маркетингового менеджменту.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Сутність, значення і завдання маркетингового менеджменту

Тема 2 Механізм та організація маркетингового менеджменту промислового підприємства

Тема 3. Створення маркетингових підрозділів на промисловому підприємстві

Тема 4. Маркетингове планування

Тема 5. Маркетингові стратегії

Тема 6. Маркетингові програми

Тема 7 Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства

Назва дисципліни	<i>Управління продажами</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK 17 Теорія організації OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Геммонд Річард. Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. Пер. з англ. 4.вид., доп. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 416 с. Діксон Метью, Адамсон Брент. Суперпродавці. Як навчитися продавати, а не «впарювати» / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. К. : Наш формат, 2018. 240 с. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с. Стюарт Г.Ефективне управління збутом. Дніпропетровськ: Баланс Клуб, 2002.

Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни «Управління продажами» є оволодіння знаннями щодо процесу продажу товарів та послуг, формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань про роботу з торговим персоналом, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку й збагачення прийомів та технік здійснення продаж.

Завдання вивчення дисципліни сформулювати у студентів базові знання та виробити практичні навички по управлінні продажами, а саме: обрання стратегій продажу; визначення потреб поколінь X, Y, Z; розуміння мотивації та намірів покупців; формування знання та навичок продажу у торгових менеджерів.

Результати навчання: застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Місце торгівлі в системі маркетингу.

Тема 2. Збут в плані маркетингу.

Тема 3. Функціональні обов'язки в сфері продажу і передпродажна підготовка.

Тема 4. Процес індивідуального продажу.

Тема 5. Відбір і найм торгового персоналу. Обґрунтований відбір продавців як вирішальний ф

Тема 6. Мотивація і навчання торгового персоналу як складова управління збутом.

Тема 7. Методи організації праці торгового персоналу та визначення його чисельності.

Тема 8. Оплата праці торгового персоналу.

Тема 9. Оцінка роботи торгового персоналу.

Тема 10. Автоматизація роботи торгового персоналу та управління відносинами з покупцями за допомогою CRM.

Тема 11. Прогнозування збуту.

Тема 12. Формування бюджету продажів.

Назва дисципліни	<i>Управління продажами</i>		
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)		
Курс (рік) навчання	3		
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)		
Мова викладання	українська		
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК28 Маркетинг		
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування,	маркетингу	та менеджменту

Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Геммонд Річард. Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу. Пер. з англ. 4.вид., доп. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 416 с. Діксон Метью, Адамсон Брент. Суперпродавці. Як навчитися продавати, а не «впарювати» / пер. з англ. Дмитро Кожедуб. К. : Наш формат, 2018. 240 с. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с. Стюарт Г.Ефективне управління збутом. Дніпропетровськ: Баланс Клуб, 2002.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни «Управління продажами» є оволодіння знаннями щодо процесу продажу товарів та послуг, формування сучасної системи поглядів та спеціальних знань про роботу з торговим персоналом, набуття практичних навичок щодо вироблення, розвитку й збагачення прийомів та технік здійснення продаж.

Завдання вивчення дисципліни сформувані у студентів базові знання та виробити практичні навички по управлінні продажами, а саме: обрання стратегій продажу; визначення потреб поколінь X, Y, Z; розуміння мотивації та намірів покупців; формування знання та навичок продажу у торгових менеджерів.

Результати навчання: застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу; виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів; виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Місце торгівлі в системі маркетингу.

Тема 2. Збут в плані маркетингу.

Тема 3. Функціональні обов'язки в сфері продажу і передпродажна підготовка.

Тема 4. Процес індивідуального продажу.

Тема 5. Відбір і найм торгового персоналу. Обґрунтований відбір продавців як вирішальний ф

Тема 6. Мотивація і навчання торгового персоналу як складова управління збутом.

Тема 7. Методи організації праці торгового персоналу та визначення його чисельності.

Тема 8. Оплата праці торгового персоналу.

Тема 9. Оцінка роботи торгового персоналу.

Тема 10. Автоматизація роботи торгового персоналу та управління відносинами з покупцями за допомогою CRM.

Тема 11. Прогнозування збуту.

Тема 12. Формування бюджету продажів.

Назва дисципліни	<i>Рекламний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни «Рекламний менеджмент» є формування когнітивних, афективних та моторних компетентностей у сфері рекламного менеджменту:

- здобування знань з теорії реклами;
- формування теоретичних знань і практичних навичок в організації та проведення рекламних кампаній на підприємстві;
- формування знань щодо створення рекламних звернень, організації рекламної діяльності, оцінки ефективності реклами, а також набуття навичок застосування цих компетентностей у професійній діяльності.

Предметом дисципліни є управління рекламною діяльністю підприємства.

Спеціальні професійні компетенції: навички аналізу результатів останніх теоретичних досліджень у сфері рекламної діяльності та можливостей їх застосування на практиці; уміння творчого підходу до розробки рекламної стратегії та просування компанії; здатність розробляти та формувати ефективні канали розповсюдження реклами для бізнесу; навички розробки рекламних оголошень в тому числі в соціальних мережах; навички налаштування таргетованої реклами в соціальних мережах; психологічні навички взаємодії з цільовою аудиторією.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

- Тема 1. Сутність рекламного менеджменту
- Тема 2. Основні класифікаційні ознаки реклами
- Тема 3. Механізм дії реклами
- Тема 4. Психологічні основи рекламного менеджменту
- Тема 5. Ринок реклами в сучасних умовах
- Тема 6. Дослідження конкурентів та ринку
- Тема 7. Рекламні оголошення та програмне забезпечення їх розробки

Тема 8. Особливості рекламного менеджменту в соціальних мережах
Тема 9. Стратегія рекламної діяльності та планування рекламних кампаній
Тема 10. Суть та налаштування таргетованої реклами в соціальних мережах
Тема 11. Контроль ефективності рекламної діяльності бізнесу

Назва дисципліни	<i>Креативний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Загальні компетенції:

Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);
Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

Спеціальні компетенції:

Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;
Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;
Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;
Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

Результати: Проектувати ефективні системи управління організаціями; Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах; Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність; Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Концепція креативного менеджменту.

Тема 2. Сутність креативності в бізнесі. Складові креативності.

Тема 3. Процес і природа людського мислення.

Тема 4. Методи постановки й аналізу управлінських проблем.

Тема 5. Формування креативного середовища на підприємстві.

Тема 6. Стратегії розвитку й творчого потенціалу в організаціях.

Тема 7. Управління інноваційними командами.

Тема 8. Управління креативністю. Створення креативної організації.

Назва дисципліни	<i>Інноваційний менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK 17 Теорія організації OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ» Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник: / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. К.: ВД „Професіонал”, 2004. 960 с. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. К.: Видавничий центр „Академія”, 2005. 400 с. Павленко І.А., Гончарова Н.П., Швиданенко Г.О. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2002. 150 с.
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета курсу – викладення студентам необхідних теоретичних основ, методичних підходів і формування у студентів практичних навичок щодо принципів, прийомів і методів реалізації інноваційної політики підприємства, форм інновацій, методів та основного інструментарію щодо їх створення й реалізації, побудови системи менеджменту інноваційними процесами та їх державного регулювання, опанування практичних методів стратегічного управління інноваціями та оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні *знати*: економічну сутність основних категорій інноваційної теорії; задачі, принципи та сутність основних етапів здійснення

інноваційного менеджменту як на рівні підприємства, так і країни взагалі; особливості інформаційного забезпечення інноваційної діяльності підприємства; структуру чинників оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства і механізм їх впливу на процес прийняття та реалізації управлінських рішень щодо реалізації інноваційних процесів; матричні методи визначення стадії життєвого циклу інноваційної продукції та стратегічних напрямків розвитку інноваційної діяльності на підприємстві; структуру та особливості застосування засобів стимулювання персоналу суб'єктів господарювання до здійснення інноваційних процесів; особливості регулювання та державної підтримки інноваційних процесів в Україні та за кордоном.

У результаті вивчення дисципліни студенти мають здобути наступні практичні *навички та уміння*: правильно формулювати місію та цілі підприємства або його підрозділів використовуючи інформацію щодо діяльності підприємства та його оточення за допомогою встановлених правил; визначати стадію життєвого циклу продукту та основні напрямки реалізації заходів щодо підвищення ефективності виробництва; генерувати та проводити попередній відбір комерційно привабливих інноваційних рішень шляхом розробки карт ідей з використанням методів генерації ідей (мозкового штурму, колективного блокноту тощо); робити обґрунтований вибір фінансових джерел, що залучаються на інноваційні цілі; визначати терміни реалізації інноваційних проектів шляхом побудови мережеских графіків; оцінювати вартість інтелектуальної власності, що лежить в основі інноваційного товару, в т.ч. технологій (методом переваги в прибутку, виграшу в собівартості, надлишкового прибутку, роялті, звільнення від роялті, прямого порівняння продажів, вартості створення); визначати науково-технічний рівень інноваційної продукції; відбирати варіант інвестування окремих проектів на основі розрахунку відповідних показників, що свідчать про інвестиційну привабливість проекту; підбирати релевантну інформацію щодо дії факторів внутрішнього середовища, аналізувати та узагальнювати її у відповідних документах виявляти загрози й можливості впливу внутрішніх та зовнішніх чинників діяльності підприємств.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Сутнісна характеристика інновацій та інноваційних процесів

Тема 2. Державне регулювання та підтримка інноваційної діяльності

Тема 3. Організаційні форми і фінансування інноваційної діяльності

Тема 4. Управління інноваційними процесами

Тема 5. Оновлення техніко-технологічної бази підприємства

Тема 6. Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства

Назва дисципліни	<i>Інвестиційний менеджмент</i>			
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)			
Курс (рік) навчання	4			
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)			
Мова викладання	українська			
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК 17 Теорія організації ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК 22 Фінанси і оподаткування ОК26 Менеджмент проєктів ОК27 Стартап-менеджмент ОК28 Маркетинг ОК30 Фінансовий менеджмент			
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту			

Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення дисципліни є оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з проблем управління інвестиціями, формування у студентів знань і навичок із розроблення інвестиційної стратегії підприємства, аналізу інвестиційної привабливості проектів, методів оцінки їх ефективності, ризиків, ліквідності, формування інвестиційного фінансового портфеля та програм реальних інвестицій підприємства, що передбачає управління вкладенням капіталу в усіх його формах у різноманітні об'єкти із використанням найбільш ефективних інструментів господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення соціального ефекту, зростання вартості активів та власного капіталу. Інвестиційний менеджмент вивчає спрямування інвестицій на умовах врахування факторів часу, ризику та ліквідності. Оновлення виробництва та залучення іноземних інвесторів вимагають покращення керованості при виборі об'єкту інвестування у швидко мінливих умовах зовнішнього середовища та обмеженості ресурсів організації.

Згідно вимог освітньо-професійної програми студенти повинні знати: основні теоретичні, методичні та організаційні основи інвестиційного менеджменту; методи управління інвестиціями; методи вибору й обґрунтування джерел інвестування; процеси планування інвестиційної діяльності; процедуру мінімізації ризиків при управлінні інвестиціями.

Вміти: використовувати управління інвестиційною діяльністю як ефективний інструментарій підвищення ефективності управлінських рішень; визначати специфіку інвестиційного процесу у сфері реальних та фінансових інвестицій; характеризувати складові та аналізувати механізм функціонування інфраструктури ринку цінних паперів та грошових зобов'язань, поводити вивчення головних показників економічної ефективності інвестиційного портфелю; аналізувати як ефективність інвестиційного проекту загалом, так і окремі його показники та використовувати їх у перспективному плануванні та прогнозуванні; характеризувати інвестиційний клімат; вирішувати проблеми, пов'язані зі здійсненням та залученням інвесторів; обґрунтовувати інвестиційні рішення та напрями вкладання інвестицій; управляти інвестиційними ризиками; оцінювати якість інвестиційних проектів; визначати ефективність інвестицій; застосовувати інструментарій управління інвестиціями в діяльності організації.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Сутність, мета та функції інвестиційного менеджменту

Тема 2. Інвестиційна стратегія підприємства

Тема 3. Методологічні засади та методичний інструментарій інвестиційного менеджменту

Тема 4. Оцінка та прогнозування розвитку інвестиційного ринку

Тема 5. Інвестиційні ресурси підприємства

Тема 6. Правила прийняття інвестиційних рішень

Тема 7. Управління реальними інвестиціями підприємства

Тема 8. Формування програми реальних інвестицій підприємства

Тема 9. Управління реалізацією та ризиками інвестиційних проектів

Тема 10. Особливості управління інноваційними інвестиціями підприємства

Тема 11. Управління фінансовими інвестиціями підприємства

Тема 12. Управління портфелем фінансових інвестицій підприємства

Назва дисципліни	Діджитал-менеджмент
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	ОК9 Основи економіки та підприємництва ОК15 Організація діяльності менеджера ОК16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» ОК18 Менеджмент ОК20 Економіка підприємства ОК26 Менеджмент проєктів ОК27 Стартап-менеджмент ОК28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Дисципліна «Діджитал-менеджмент» вивчає сутність категорії digital та його особливості, що закладає спеціальні знання і навички з використання Digital-інструментарію менеджера, стратегічного управління розвитком українських агропромислових підприємств на принципах цифровізації.

Головна *мета* курсу «Діджитал-менеджмент»: формування у майбутнього фахівця теоретичних основ та практичних навиків Digital-середовища та ефективного використання Digital-інструментарію менеджера в своїй майбутній діяльності.

В рамках вивчення дисципліни розглядаються різні сфери використання digital-технологій. Студенти зможуть обирати цифрові технології, вносити пропозиції щодо впровадження їх у діяльність підприємств та аналізувати ефективність діджиталізації. Дисципліна вивчає теоретичні та прикладні аспекти вибору, впровадження digital-технологій та покращення взаємодії, оптимізації операційної діяльності, зміни бізнес-моделі компанії.

Завдання курсу реалізуються через досягнення наступних результатів навчання:

знання: - сучасних технологій оцифровки, цифровізації та оптимізації бізнес-процесів, управлінської діяльності; - основ digital-маркетингу, е-комерції, аналітики; - впливу цифрових технологій на формування цінності продукту; - особливостей функціонування та переваг цифрових платформ та цифрових екосистем («розумне місто», «розумна фабрика»); - менеджменту організації на основі digital-технологій для забезпечення ефективності діяльності організації

уміння: - будувати співпрацю з цифровими споживачами та оперувати клієнтським досвідом за допомогою digital; - створювати цифровий контент; - вносити пропозиції щодо оцифровування та діджиталізації бізнес-процесів підприємства; - формувати та оптимізувати бізнес-модель підприємства з використанням нових технологій, формувати цифрову бізнес-модель; - формувати ефективну організаційну структуру компанії на основі діджитал.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Розвиток цифрових технологій, Web 4 та цифрова трансформація. Цифровий споживач.

Тема 2. Оцифровка бізнес-процесів, використання цифрових технологій на підприємстві

Тема 3. Сфери використання digital-технологій. Діджитал в управлінні.
Тема 4. Сучасні цифрові бізнес-моделі, екосистеми та цифрові платформи.
Тема 5. «Розумні» технології. Цифрова держава.
Тема 6. Digital-маркетинг, е-комерція. Діджиталізація просування товарів і послуг.
Тема 7. Діджитал та фінанси.
Тема 8. Візуалізація даних.
Тема 9. Діджитал в аналітиці та моделюванні діяльності підприємства.

Назва дисципліни	Медіа-менеджмент
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK26 Менеджмент проєктів OK27 Стартап-менеджмент OK28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою навчального курсу «Медіа-менеджмент» є формування у студентів-управлінців теоретичних знань щодо особливостей управлінської діяльності в засобах масової інформації, розуміння медіа підприємства як соціальної системи; формування у студентів сучасного системного мислення і комплексу спеціальних знань у галузі управління підсистемами й елементами внутрішнього середовища медіа-підприємства на усіх стадіях його життєвого циклу; поєднання оволодіння теорією з виробленням навичок практичного застосування прийомів і засобів менеджменту в засобах масової інформації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен *знати*: предмет, завдання і зміст дисципліни; теоретико-методологічні основи менеджменту організацій; економічну сутність, роль в економіці, характеристики і типи медіа організацій; напрями підвищення конкурентоспроможності медіа підприємств та особистої ефективності менеджерів.

вміти: аналізувати чинники динамічного бізнес-середовища організацій; приймати фахові рішення у процесі проєктування і удосконалення організаційної та виробничої структури медіа підприємств; розробляти стратегію розвитку медіа-підприємств та забезпечувати її реалізацію; координувати діяльність служб і підрозділів ЗМІ у сфері управління фінансами, виробництвом, інноваціями, інвестиціями, персоналом, маркетингом; застосовувати сучасні технології управління організаційними процесами і організаційною поведінкою персоналу; оцінювати ефективність розвитку медіа підприємства.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Змістовий модуль 1. Медіа-підприємство як об'єкт управління

Тема 1. Характеристики і типи організацій

Тема 2. Об'єднання підприємств у структурі економіки

Тема 3. Бізнес-середовище організації

Тема 4. Структура організації

Тема 5. Конкурентна політика організації

Змістовий модуль 2. Інструменти практичного медіа-менеджменту

Тема 1. Стратегічний менеджмент організації

Тема 2. Фінансовий менеджмент. Управління фінансування медійних проєктів.

Тема 3. Методи управління персоналом

Тема 4. Маркетингові стратегії в сфері медіа.

Тема 5. Інформаційний ринок та форми організації медіабізнесу.

Назва дисципліни	<i>PR-менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK26 Менеджмент проєктів OK27 Стартап-менеджмент OK28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета – ознайомлення студентів з природою, методами та стратегією публік рілейшнз, їх комунікативними основами і практикою в різних сферах діяльності. Сутність, технології та завдання зв'язків з громадськістю розкриваються через виявлення історичних витоків та суспільної потреби становлення цієї сфери людської діяльності і наукової дисципліни

Згідно вимог освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- концепції PR у сучасних умовах;
- організаційні форми управління PR, у тому числі цілі, задачі та функції;
- специфіку формування PR як мистецтва й науки досягнення гармонії за допомогою взаєморозуміння, що ґрунтується на правді й повній інформованості;
- механізми організації, планування й сучасної реалізації системи PR для отримання успіху;

- зміст основних елементів ЗМІ і, в першу чергу, важливих інструментів цієї індустрії – преси, радіо, телебачення.

уміти :

- використовувати форми та методи системи PR для успішної реалізації проектів за рахунок урахування суспільної думки, вміння на нього впливати й установлювати активні комунікації;
- запроваджувати основні принципи PR в діяльність з урахуванням впливу факторів соціальної сфери;
- складати результативні PR-звернення, направлені на формування іміджу підприємства;
- володіти механізмами планування, організації й проведення PR-кампаній;
- активно використовувати основні напрямлення PR для результативної участі у виставках (ярмарках);
- оцінювати результати діяльності служби PR з наступним аналізом і розробляти рекомендації щодо створення атмосфери довіри на підприємстві та за її межами.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. PR в сучасному інформаційному світі

Тема 2. PR як професійний вид діяльності

Тема 3. Зміст та інструментарій PR

Тема 4. Нові медіа і цифровий PR

Тема 5. Планування PR-діяльності

Тема 6. Медіапланування у PR-менеджменті

Тема 7. Економічне забезпечення PR-менеджменту

Тема 8. Організація PR-діяльності

Тема 9. Оцінка ефективності PR-діяльності

Назва дисципліни	<i>Бренд-менеджмент</i>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Обсяг дисципліни у кредитах	4 (120 год)
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	OK9 Основи економіки та підприємництва OK15 Організація діяльності менеджера OK16 Вступ до спеціальності «Менеджмент» OK18 Менеджмент OK20 Економіка підприємства OK26 Менеджмент проєктів OK27 Стартап-менеджмент OK28 Маркетинг
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Кафедра бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	Інформаційне забезпечення: електронний конспект лекцій, робоча програма навчальної дисципліни, НМК; Інформаційні технології та засоби електронного навчання: пакет Microsoft Office; система електронного навчання Moodle; внутрішня корпоративна електронна пошта УжНУ; сервіси Google, електронний репозитарій ДВНЗ «УжНУ»
Форма проведення занять	Лекційні та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета дисципліни «Бренд-менеджмент» – формування системи знань і практичних навичок у студентів, що дозволяють розробити і оцінити ефективність бренду торгової організації.

Завданням дисципліни є освоєння теоретичних знань з бренд-менеджменту та сучасних тенденцій брендингу; набуття умінь управління даною сферою діяльності підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

знати:

- теоретичні аспекти бренду та брендингу;
- основні тенденції розвитку сучасного брендингу;
- культурні та ментальні особливості бренду і брендингу;
- вплив бренду на діяльність підприємства.

В результаті викладання дисципліни, студенти повинні *вміти:*

- демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів брендингу;
- володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері брендингу;
- демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних основ підвищення ефективності брендингової діяльності;
- аналізувати бренд та брендинг;
- застосовувати на практиці раціональні стратегії та тактики управління брендом.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Сутність та зміст бренд-менеджменту

Тема 2. Роль и місце брендингу в системі маркетингових комунікацій

Тема 3. Розробка та просування бренду

Тема 4. Система ідентичності та індивідуальності бренда

Тема 5. Управління брендовим портфелем

Тема 6. Поняття розширення та розтягування бренду

Тема 7. Капітал бренду

Тема 8. Сучасні комунікативні стратегії створення нових брендів