



**КИЇВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ПРИВАТНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ  
«УНІВЕРСИТЕТ СУЧАСНИХ ЗНАНЬ»**

Циклова комісія з готельно-ресторанної справи

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Б.о. ректора  
«18» квітня 2023 р.

УНІВЕРСИТЕТ  
СУЧАСНИХ ЗНАНЬ  
Ідентифікаційний  
код 37839933

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
ОК 19 Основи менеджменту і маркетингу**

**підготовка фахового молодшого бакалавра**

освітньо-професійної програми **Готельно-ресторанна справа**

спеціальність **241 Готельно-ресторанна справа**


**Київ – 2023**

Робочу програму з дисципліни Основи менеджменту і маркетингу для підготовки фахових молодших бакалаврів за освітньо-професійною програмою Готельно-ресторанна справа спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

Розробник: викладач– Лодченко А.О.


Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії з готельно-ресторанної справи

Протокол № 1 від «17» квітня 2023 року

Голова циклової комісії  Мілевська О.П.  
(підпис)

Розглянуто і рекомендовано до затвердження педагогічною радою коледжу

Протокол № 6 від «17» квітня 2023 р.

Директор коледжу  Світлана ШВИДЧЕНКО

## Зміст

1	Пояснювальна записка	4
2	Навчально-тематичний план дисципліни	6
3	Календарно-тематичний план дисципліни	6
4	Теми і плани лекційних занять	7
5	Теми і плани семінарських занять	11
6	Теми і питання для самостійної роботи студентів	15
7	Методи активізації навчального процесу	18
8	Системи поточного та підсумкового контролю знань	18
9	Критерії оцінювання результатів навчання студентів	22
10	Література	23

## 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Дисципліна «Основи менеджменту і маркетингу» - є спрямована на формування у студентів теоретичних знань та практичних навичок, а також предметного уявлення про функціонування менеджменту та маркетингу в сфері готельно-ресторанної справи.

**Мета:** формування у майбутніх фахівців сучасної системи поглядів і спеціальних знань у сфері управління для забезпечення ефективної господарської діяльності підприємства.

### **Завдання вивчення навчальної дисципліни**

- формування у студентів теоретичних знань про управління;
- закладення потенціалу інтеграції знань, що визначають професіоналізм діяльності сучасного менеджера;
- освоєння студентами загальнотеоретичних положень управління соціально-економічними системами, формування інноваційного підходу до управління, формування розуміння управління як професійної діяльності, що вимагає глибоких теоретичних знань;
- набуття студентами здатності розв'язувати господарські, соціальні, економічні та психологічні проблеми з використанням управлінських технологій;
- опанування студентами вмінь визначати місію, стратегічні цілі та завдання управління;
- формування у студентів навичок щодо вибору стилю управління для послаблення конфліктів в організаціях.

Процес вивчення дисципліни ОК 19 Основи менеджменту і маркетингу спрямований на застосування наступних компетентностей:

### **а) загальні компетентності (ЗК)**

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 8. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 10 Здатність приймати обґрунтовані рішення.

### **б) спеціальні (фахові) компетентності (СК)**

СК 1. Здатність розуміти предметну область і специфіку професійної діяльності.



СК 2. Здатність застосовувати знання теорії і практики готельно-ресторанного обслуговування для розв'язання типових спеціалізованих задач професійної діяльності.

СК 3. Здатність використовувати на практиці основи законодавства у сфері готельного і ресторанного господарства.

СК 5. Здатність здійснювати підбір технологічного устаткуваннями та обладнаннями для закладів готельного та ресторанного господарства з метою раціонального використання просторових і матеріальних ресурсів.

СК 6. Здатність визначати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у закладах готельно-ресторанного господарства.

СК 7. Здатність планувати, аналізувати і контролювати власну роботу і роботу обслуговуючого персоналу.

СК 10. Здатність застосовувати інноваційні технології виробництва і обслуговування споживачів для покращення результатів власної діяльності і роботи інших.

СК 12. Здатність реалізовувати ефективні внутрішні комунікації та навички взаємодії у професійній діяльності.

СК 13. Здатність організувати процес надання готельних послуг у засобах розміщення відповідно до функціональної схеми організації діяльності підприємства

СК 15. Здатність застосовувати знання технологічного процесу виробництва та реалізації продукції ресторанного господарства

#### **Очікувані результати навчання**

РН 3. Пояснювати соціально-економічні явища та суспільно-економічні процеси у сфері обслуговування.

РН 4. Спілкуватися державною та іноземною мовами у сфері професійної діяльності та міжособистісних комунікацій.

РН 6. Застосовувати навички клієнтоорієнтованого сервісу у професійній діяльності.

РН 7. Здійснювати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел для розв'язання професійних завдань.

РН 9. Здійснювати процес обслуговування споживачів у закладах готельного і ресторанного господарств із використанням сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій.

РН 11. Координувати роботу обслуговуючого персоналу відповідно до його посадових інструкцій.

РН 12. Здійснювати підбір технологічного устаткування й обладнання для раціонального використання просторових і матеріальних ресурсів.

РН 15. Професійно виконувати завдання у стандартних, нових та надзвичайних, екстремальних ситуаціях.

РН16. Професійно застосовувати знання і практичні навички отриманні під час проходження практичних занять в лабораторіях Коледжу при здійсненні технологічних процесів у закладах готельно-ресторанного господарства

## 2. Навчально-тематичний план дисципліни

№	Назва розділу	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	Розділ 1. Основи менеджменту	76	16	16	44
2	Розділ 2. Основи маркетингу	74	16	16	42
<b>Всього:</b>		<b>150</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>86</b>

## 3. Календарно-тематичний план дисципліни

№	Назва розділів і тем	Кількість годин			
		Усього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	2	3	4	5	6
<b>Розділ 1. Основи менеджменту</b>					
1	Тема. Теоретичні основи менеджменту	8	2	2	4
2	Тема. Організація як об'єкт управління	10	2	2	6
3	Тема. Функції та технологія менеджменту	10	2	2	6
4	Тема. Організаційна діяльність і мотивування як загальні функції менеджменту	10	2	2	6
5	Тема. Контролювання і регулювання як загальні функції менеджменту	10	2	2	6
6	Тема. Інформація і комунікації в менеджменті	8	2	2	4
7	Тема. Організаційні зміни та ефективність менеджменту	10	2	2	6
8	Тема. Управління конфліктними ситуаціями і стресами	10	2	2	6
<b>Розділ 2. Основи маркетингу</b>					
9	Тема. Сутність маркетингу та його сучасна концепція	8	2	2	4
10	Тема. Класифікація маркетингу	8	2	2	4



11	Тема. Маркетингове середовище. Маркетингові дослідження	10	2	2	6
12	Тема. Сегментація ринку	10	2	2	6
13	Тема. Маркетингова товарна і цінова політика	10	2	2	6
14	Тема. Поведінка споживачів	8	2	2	4
15	Тема. Маркетингова політика розподілу і комунікацій	10	2	2	6
16	Тема. Організація та контроль маркетингу	10	2	2	6
<b>Всього:</b>		<b>150</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>86</b>

#### 4. Теми і плани лекційних занять Розділ 1. Основи менеджменту

##### *Лекція 1*

*Тема. Теоретичні основи менеджменту*

План:

1. Менеджмент як мистецтво управління людьми.
2. Сутність основних категорій менеджменту - організація, управління, менеджмент.
3. Менеджери та підприємці - ключові фігури ринкової економіки.
4. Спільне і відмінне між менеджером та підприємцем. Рівні управління.
5. Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, інновації, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність.

##### *Лекція 2*

*Тема. Організація як об'єкт управління*

План:

1. Поняття організації, її роль на значення.
2. Організація як відкрита система.
3. Внутрішні та зовнішні фактори середовища організації.
4. Міжнародне середовище менеджменту.
5. Культура організації.

##### *Лекція 3*

*Тема. Функції та технологія менеджменту*

План:

1. Поняття функцій менеджменту.
2. Функції менеджменту як вид управлінської діяльності.
3. Особливості формування функцій менеджменту.
4. Класифікація і характеристика функцій менеджменту.

5. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту.

*Лекція 4*

*Тема. Організаційна діяльність і мотивування як загальні функції менеджменту*

План:

1. Поняття і складові організаційної діяльності.
2. Сутність організаційної діяльності, її місце в системі управління.
3. Характеристика основних видів організаційних структур управління.
4. Поняття мотивування як функції менеджменту. Теорії мотивування.
5. Оплата праці як основний чинник мотивування продуктивності праці.

*Лекція 5*

*Тема. Контролювання і регулювання як загальні функції менеджменту*

План:

1. Поняття контролю, його місце в системі управління. Завдання контролю.
2. Типи контролю. Етапи контролювання.
3. Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання.
4. Етапи процесу регулювання.
5. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану.

*Лекція 6*

*Тема. Інформація і комунікації в менеджменті*

План:

1. Інформація, її сутність та значення в менеджменті.
2. Класифікація інформації. Вимоги до інформації.
1. Особливості надходження, утворення і використання інформації на рівнях менеджменту.
3. Поняття і характеристика комунікацій.
4. Комунікації між організацією та середовищем.

*Лекція 7*

*Тема. Організаційні зміни та ефективність менеджменту*

План:

1. Сутність та основні параметри організаційних перетворень.
2. Організаційні зміни та управління ними.
3. Сутність результативності та ефективності менеджменту.
4. Економічна, організаційна та соціальна ефективність управління.
5. Комплексний підхід до удосконалення управління організаціями.



## *Лекція 8*

*Тема. Управління конфліктними ситуаціями і стресами*

План:

1. Природа конфлікту в організації. Типи конфліктів.
2. Причини конфлікту.
3. Управління конфліктною ситуацією (структурні методи, міжособистісні стилі вирішення конфліктів).

## **Розділ 2. Основи маркетингу**

## *Лекція 9*

*Тема. Сутність маркетингу та його сучасна концепція*

План:

1. Визначення поняття маркетингу. Природа маркетингу.
2. Маркетинг як концепція і як комплекс послідовних різноманітних видів діяльності у сфері бізнесу.
3. Система маркетингу. Цілі системи маркетингу: максимальне споживання товарів і послуг, збільшення ступеня задоволення потреб споживача; підвищення якості життя суспільства.

## *Лекція 10*

*Тема. Класифікація маркетингу*

План:

1. Сфери застосування маркетингу. Маркетинг у сфері виробничого і торговельного бізнесу.
2. Типи маркетингу, що застосовує фірма в залежності від стану кон'юнктури ринку товару, попиту на товар, мети та завдання, яке ставить фірма.
3. Маркетинг перетворюючий, стимулюючий, виявляючий, обновляючий, синхромаркетинг, зберігаючий, знижуючий і контрмаркетинг.

## *Лекція 11*

*Тема. Маркетингове середовище і маркетингові дослідження*

План:

1. Поняття маркетингового середовища.
2. Маркетингове середовище у відображенні протиборства комплексів та стратегій маркетингу конкуруючих фірм, тенденцій і подій, що відбуваються у суспільстві.
3. Поняття маркетингового дослідження.
4. Мета маркетингових досліджень. Типи маркетингових досліджень.
5. Організація маркетингових досліджень. Підготовка маркетингового дослідження.

## *Лекція 12*

### *Тема. Сегментація ринку*

#### План:

1. Поняття сегментації ринку. Сегментація продуктів.
2. Типологія — новий спосіб сегментації ринку.
3. Сегментація ринку з метою підвищення ефективності діяльності фірми на ринку.
4. Умови успішної сегментації ринку та ефективного застосування сегментації ринку у практичній діяльності фірми.
5. Переваги та невгоди фірми в результаті сегментації ринку.

## *Лекція 13*

### *Тема. Маркетингова товарна і цінова політика*

#### План:

1. Товар та його характеристики при маркетинговому підході.
2. Цільові напрями в роботі з товаром. Класифікація товарів. Ієрархія товарів.
3. Поняття конкурентоспроможності товару. Конкурентоспроможність товарів та методи її оцінки.
4. Ціновий метод конкурентної боротьби фірми на ринку та фактори, що обмежують його застосування.
5. Ціна — показник обмінної вартості товару, послуги, інструмент визначення певного рівня корисності товару, механізм для прийняття споживачем рішення про купівлю товару.

## *Лекція 14*

### *Тема. Поведінка споживачів*

#### План:

1. Покупці на ринку. Покупці споживчого ринку.
2. Модель поведінки покупця товару для кінцевого сповивання та її складові.
3. Фактори, що обумовлюють поведінку покупців.
4. Соціальні, психологічні, фактори особистості покупця та фактори культурного порядку.

## *Лекція 15*

### *Тема. Маркетингова політика розподілу і комунікацій*

#### План:

1. Розподіл товарів — один із елементів комплексу маркетингу, його місце і роль у маркетинговій діяльності фірми.
2. Поняття каналу розподілу та необхідність його функціонування в сучасних умовах.
3. Поняття, функції, види маркетингових комунікацій.

4. Комплекс маркетингових комунікацій:
5. реклама, стимулювання збуту, «пабліситі» (пропаганда), паблік «рілейшнз», (особистий) продаж,
6. прямиий маркетинг.

### *Лекція 16*

#### *Тема. Організація та контроль маркетингу*

План:

1. Оцінка і контроль — суттєві компоненти маркетингової орієнтації фірми.
2. Взаємозв'язок планування, організації і контролю маркетингу.
3. Необхідні елементи маркетингового контролю: наявність інформаційної системи із зворотним зв'язком, застосування ефективної методики аналізу, співставлення результатів з наміченими цілями і показниками минулого періоду, якісна оцінка тенденцій і факторів, що їх обумовлюють, уявлення про те, де, як і коли вжити коригуючі дії, накопичення інформації з метою кращого бачення перспективи.

## **5. Теми і плани семінарських занять**

### **Розділ 1. Основи менеджменту**

#### **Семінарське заняття № 1**

##### *Тема. Теоретичні основи менеджменту*

План:

1. Менеджмент – один із способів управління людьми.
2. Організація, управління, менеджмент – основні категорії менеджменту.
3. Ключові фігури ринкової економіки. Менеджери і підприємці.
4. Менеджер і підприємець: спільне та відмінне.
5. Рівні управління.
6. Сфери менеджменту.

#### **Семінарське заняття № 2**

##### *Тема. Організація як об'єкт управління*

План:

1. Поняття організації, її роль на значення. Організації в Україні.
2. Соціальна відповідальність менеджменту.
3. Етика і сучасне управління.
4. Управління етикою і соціальною відповідальністю.



### **Семінарське заняття № 3**

*Тема. Функції та технологія менеджменту*

План:

1. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту.
2. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення.
3. Управлінський цикл. Управлінські процедури.
4. Особливості процесу управління.

### **Семінарське заняття № 4**

*Тема. Організаційна діяльність і мотивування як загальні функції менеджменту*

План:

1. Сутність організаційної структури управління, її роль у досягненні мети.
2. Елементи структури. Характеристика основних видів організаційних структур управління.
3. Лінійні і функціональні організаційні структури управління.
4. Теорії мотивування.
5. Методи соціального впливу і морального стимулювання.

### **Семінарське заняття № 5**

*Тема. Контролювання і регулювання як загальні функції менеджменту*

План:

1. Рівні операційного контролю: попередній контроль; поточний контроль; підсумковий контроль.
2. Фінансовий контроль.
3. Системи контролювання: внутрішньо-фірмове; незалежне; державне регулювання.
4. Сутність та класифікація методів менеджменту.
5. Місце регулювання в системі управління.

### **Семінарське заняття № 6**

*Тема. Інформація і комунікації в менеджменті*

План:

1. Інформація на різних рівнях менеджменту. Її значення.
2. Класифікація інформації в менеджменті.
3. Міжрівневі комунікації в організації.
4. Комунікації між керівником і підлеглими.
5. Комунікації між керівником і робочою групою.



### **Семінарське заняття № 7**

*Тема. Організаційні зміни та ефективність менеджменту*

План:

1. Моделювання процесу організаційних перетворень.
2. Система подолання опору організаційних змін.
3. Типи ефективності управління.
4. Показники типів ефективності управління, їх склад і методи визначення.

### **Семінарське заняття № 8**

*Тема. Управління конфліктними ситуаціями і стресами*

План:

1. Конфлікт в організації. Типи конфліктів.
2. Попередження конфліктів.
3. Методи управління конфліктною ситуацією.

## **Розділ 2. Основи маркетингу**

### **Семінарське заняття № 9**

*Тема. Сутність маркетингу та його сучасна концепція*

План:

1. Процес маркетингу. Складові процесу маркетингу у вигляді взаємозв'язаних операцій від вивчення потреб споживачів, дослідження ринку до створення і задоволення потреб споживачів.
2. Еволюція концепцій маркетингу.
3. Концепція збутового маркетингу, власне маркетингова концепція, концепція соціального маркетингу.
4. Система маркетингу. Цілі системи маркетингу.
5. Цілі учасників системи маркетингу.

### **Семінарське заняття № 10**

*Тема. Класифікація маркетингу*

План:

1. Маркетинг — ключова функція менеджменту.
2. Об'єктивна необхідність управління маркетингом.
3. Управління маркетингом: концепція і процес.
4. Послідовність операцій процесу управління маркетингом.

### **Семінарське заняття № 11**

*Тема. Маркетингове середовище і маркетингові дослідження*

План:

1. Дослідження маркетингового середовища та використання цих результатів фірмою для гарантії успіху на ринку.

2. Мікросередовище маркетингу — взаємодія окремих служб фірми з суміжниками (постачальниками, посередниками, конкурентами), контактною аудиторією, покупцями і споживачами.
3. Маркетингові дослідження у вигляді систематичного і об'єктивного пошуку і аналізу інформації, яка сприяє виявленню і вирішенню проблем фірми.
4. Пошукові, описові, пояснювальні, передбачаючі, тематичні, безперервні та програмні маркетингові дослідження.
5. Представлення результатів маркетингового дослідження.

### **Семінарське заняття № 12**

*Тема. Сегментація ринку*

План:

1. Засоби сегментації ринку.
2. Застосування дискретного, групового та факторного аналізу в сегментації ринку.
3. Вибір сегмента ринку — наступний крок застосування сегментації ринку фірмою.

### **Семінарське заняття № 13**

*Тема. Маркетингова товарна і цінова політика*

План:

1. Рівні якості товару, їх характеристика.
2. Значення системи сертифікації товарів у підвищенні їх якості ISO 9001:2000.
3. Методи оцінки конкурентоспроможності товару.
4. Система факторів, що впливають на ціноутворення.
5. Покупці і споживачі товару в якості основного фактора визначення ціни.

### **Семінарське заняття № 14**

*Тема. Поведінка споживачів*

План:

1. Покупці некомерційних організацій та державні установи.
2. Основні відмінності між покупцями споживчого ринку і ринку організацій, що полягають у характері попиту і ринку і в процесі купівлі товару.
3. Специфіка моделі поведінки покупців—організацій, що викликана факторами макро- і мікросередовища і особливостями організацій, а також діями покупців від імені організацій, що представляють їх інтереси.
4. Характеристика факторів впливу на поведінку покупців-організацій.

### **Семінарське заняття № 15**

*Тема. Маркетингова політика розподілу і комунікацій*

План:

1. Маркетингові системи — нові, прогресивні утворення в рамках каналу розподілу.
2. Співробітництво та конфлікти учасників каналів розподілу.
3. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Сутність реклами.
4. Інтегровані маркетингові комунікації.

### **Семінарське заняття № 16**

*Тема. Організація та контроль маркетингу*

План:

1. Типи маркетингового контролю.
2. Схема процесу контролю виконання річних планів.
3. Контроль прибутковості фірми.
4. Стратегічний контроль.

### **6.Теми і завдання/питання для самостійної роботи студентів.**

*Тема Теоретичні засади менеджменту*

План:

1. Сутність управління та менеджменту.
2. Менеджмент, як вид професійної управлінської діяльності в умовах ринкових відносин
3. Наукові підходи до менеджменту. Принципи менеджменту.
4. Цілі менеджменту, їх характеристика, значення і класифікація

*Тема Поняття маркетингу*

План:

1. Місце стратегічного маркетингу у структурі управління маркетингом та підприємством.
2. Основні категорії стратегічного маркетингу.
3. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу, його складові.
4. Управління стратегічним маркетингом як цілеспрямована діяльність з регулювання позиції підприємства на ринку.

*Тема Функції менеджменту*

План:

1. Класифікація функцій менеджменту.
2. Основні (загальні) та спеціальні функції менеджменту, їх взаємозв'язок.
3. Функція організації, як базисна функція менеджменту, її зміст та напрями реалізації.



4. Співвідношення і взаємозв'язок функцій менеджменту в управлінських системах різних рівнів.

*Тема Структура системи маркетингу*

План:

1. Макросередовище. Його сутність та склад.
2. Фактори макромаркетингового середовища.
3. Аналіз, оцінювання, моніторинг і прогнозування зовнішнього середовища.
4. Позитивні моменти та загрози для підприємства, методика їх визначення.

*Тема Методи менеджменту*

План:

1. Сутність методів менеджменту, їх зміст і зв'язок з функціями управління.
2. Економічні методи менеджменту, їх значення та напрямки використання.
3. Організаційно-розпорядчі (адміністративні) методи менеджменту.
4. Значення системи методів менеджменту.

*Тема Маркетингова сегментація*

План:

1. Виникнення, сутність і зміст STP-маркетингу.
2. Фактори та критерії сегментації.
3. Принципи ефективної сегментації.
4. Стратегії недиференційованого, диференційованого та концентрованого маркетингу.

*Тема Прийняття управлінських рішень*

План:

1. Сутність управлінських рішень, їх значення.
2. Класифікація управлінських рішень. Вимоги до управлінських рішень.
3. Технологія підготовки та прийняття управлінських рішень.
4. Методи розробки варіантів управлінських рішень.
5. Етапи прийняття управлінських рішень.

*Тема Маркетингові конкурентні стратегії*

План:

1. Сутність й класифікація маркетингових конкурентних стратегій.
2. Загальні стратегії конкуренції.
3. Захист кокурентних переваг підприємства за допомогою наступальних та оборонних стратегій.
4. Стратегічна маркетингова доктрина підприємства і її основні елементи.



5. Стратегії для кризових ситуацій.

*Тема Функціональна структура сучасних підприємств*

План:

1. Поняття та різновиди комплексних підприємств. Їх організаційно-функціональна структура.
2. Зміст управління основними службами.
3. Завдання управління підрозділами, що надають додаткові послуги.

*Тема Маркетингові стратегії зростання*

План:

1. Сутність та класифікація маркетингових стратегій.
2. Маркетингові стратегії інтенсивного й інтегративного зростання.
3. Види стратегій інтеграції.
4. Вертикальна та горизонтальна стратегії зростання.

*Тема Планування як функція менеджменту*

План:

1. Сутність і зміст функції планування.
2. Місце планування серед функцій управління.
3. Характеристика факторів, що впливають на процес планування. Принципи планування.
4. Рівні планування діяльності підприємств.

*Тема Маркетингові стратегії диверсифікації*

План:

1. Корпоративна стратегія диверсифікації.
2. Аналіз та оцінювання диверсифікованого портфеля підприємства.
3. Умови ефективної диверсифікації.
4. Концентрована, горизонтальна та вертикальна диверсифікація.

*Тема Організаційна функція менеджменту*

План:

1. Сутність функції організування.
2. Організаційна структура як результат організаційної діяльності.
3. Формування підрозділів організаційної структури.
4. Функціональна, територіальна, виробнича, проектна і змішана департаментизація.

*Тема Стратегії розвитку маркетингового комплексу та управління ринковою діяльністю підприємств*

План:

1. Базові й функціональні стратегії розвитку маркетингового комплексу.
2. Вибір базової стратегії підприємства.

3. Сутність маркетингового управління
4. Формування маркетинго – орієнтованої організації.

*Тема Комунікації в менеджменті.*

План:

1. Поняття комунікації та її роль у системі управління.
2. Процес комунікації: модель; основні етапи та елементи.
3. Зворотний зв'язок та «шум» у комунікаційному процесі.
4. Застосування технічних засобів у комунікації.

*Тема Стратегічний маркетинг продукту*

План:

1. Поняття стратегічний маркетинг.
2. Основні принципи функціонування стратегічного маркетингу.
3. Цілі та завдання стратегічного маркетингу.

### **7. Методи активізації навчального процесу**

Класичні лекції, лекції проблемного характеру, лекції-бесіди, семінарські заняття, семінари-дискусії, практичні заняття, лабораторні заняття, реферування; повідомлення за темою (усна доповідь); розв'язування творчих завдань; виконання студентами завдань для самостійного опрацювання; індивідуальні консультації для студентів.

### **8. Система поточного та підсумкового контролю знань.**

Поточний контроль: письмове або усне опитування, тести, індивідуальна або колективна презентація (представлення виконаного завдання); підготовка доповіді; перевірка конспекту; захист виконаних завдань, захист курсової роботи та ін.

Підсумковий контроль: екзамен.

### **Питання самоконтролю для підготовки до екзамену**

1. Сутність категорій “управління” і “менеджмент”.
2. Ієрархія як інструмент менеджменту.
3. Організаційна культура як інструмент менеджменту.
4. Північноамериканська модель менеджменту.
5. Західноєвропейська модель менеджменту.
6. Японська модель менеджменту.
7. Концептуальні моделі сучасного менеджменту.
8. Особливості становлення сучасного менеджменту в Україні.

9. Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних.
10. Зовнішнє середовище організації. Оцінка факторів зовнішнього середовища.
11. Еволюція організації. Концепції життєвого циклу організації.
12. Планування як функції менеджменту, його види. Класифікація планів організації.
13. Етапи процесу планування.
14. Визначення місій та цілей організації.
15. Базові стратегії.
16. Класифікація організації.
17. Лінійні та функціональні організаційні структури управління. Переваги і недоліки.
18. Лінійно-функціональна та лінійно-штабна структури управління. Переваги і недоліки.
19. Дивізіональна і матрична структури управління.
20. Категорії працівників при делегуванні повноважень.
21. Процес делегування повноважень та відповідальності.
22. Теорії мотивування, що відображають зміст потреб.
23. Процесуальні теорії мотивації.
24. Мотиваційні засоби менеджера.
25. Матеріальне стимулювання праці.
26. Сучасні системи та форми стимулювання праці.
27. Методи соціального впливу та морального стимулювання.
28. Завдання та типи управлінського контролю.
29. Етапи контролювання.
30. Види управлінського контролю.
31. Ринок праці, трудові ресурси. Класифікація персоналу за категоріями.
32. Аналіз концепцій управління персоналом.
33. Підбір персоналу. Розрахунок потреби в персоналі.
34. Моделі робочих місць. Професійний відбір персоналу.
35. Формування резерву кадрів.
36. Оцінка персоналу. Оцінка потенційного працівника. Оцінка індивідуального вкладу. Атестація кадрів.
37. Навчання персоналу. Система багаторівневої освіти. Професійна підготовка. Підвищення кваліфікації.
38. Структура персоналу: організаційна, функціональна, рольова, соціальна, штатна.
39. Правила внутрішнього розпорядку.
40. Положення про підрозділи. Посадові інструкції.
41. Сутність та типи управлінських рішень.
42. Умови прийняття управлінських рішень.
43. Етапи раціонального ухвалення управлінського рішення.
44. Поведінкові аспекти ухвалення управлінського рішення.
45. Групове ухвалення рішення в організаціях.



46. Класифікація інформації, її сутність і значення в менеджменті.
47. Особливості надходження, утворення й використання інформації на рівнях менеджменту.
48. Носії, операції та процедури оброблення інформації у процесі менеджменту.
49. Поняття й характеристика комунікацій.
50. Комунікативний процес, його елементи та етапи.
51. Різновиди комунікацій. Комунікаційні бар'єри.
52. Методи вдосконалення комунікацій.
53. Природа лідерства та його складові.
54. Теорії лідерства.
55. Групи і команди в організаціях. Характеристика груп і команд.
56. Міжособистісні та між-групові конфлікти.
57. Керування конфліктами в організаціях.
58. Проблеми сучасного менеджменту в Україні.
59. Інтеграція організаційної структури.
60. Запорука успіху сучасної організації.
61. У яких аспектах розглядається поняття менеджмент?
62. Які існують обмеження у менеджменті?
63. Які інструменти впливу на людину використовує менеджмент?
64. Яка загальна мета менеджменту?
65. Яке «золоте правило менеджменту»?
66. З яких компонентів складається «комплекс менеджменту»?
67. Хто такий менеджер в системі управління?
68. Які основні завдання менеджера?
69. Які є основні рівні менеджменту (управління) в організації?
70. Які висувуються вимоги до менеджера щодо його компетенції?
71. Які основні закони теорії управління?
72. У чому полягає закон «інтеграції»?
73. У чому полягає суть закону «демократії управління»?
74. У чому полягає суть закону «спеціалізації управління»?
75. У чому полягає суть закону «оптимального поєднання централізації та децентралізації управління»?
76. У чому полягає суть закону «еластичності системи»?
77. Які виділяють «закономірності менеджменту»?
78. Які основні принципи менеджменту?
79. Які етапи передбачає процес управління?
80. Які ви знаєте методи менеджменту?
81. Які методи належать до методів «прямого впливу», «непрямого впливу»?
82. У чому полягає суть таких методів менеджменту як «методи матеріального впливу», «методи морального впливу», «методи владного впливу»?
83. Які це економічні методи менеджменту?
84. Які це технічні методи менеджменту?
85. Які це соціально-психологічні методи менеджменту?



86. Які це адміністративні методи менеджменту?
87. Які основні функції менеджменту?
88. У чому полягає суть функції «керівництво»?
89. У чому полягає суть функції «планування»?
90. Які є рівні планування?
91. Які є види планування?
92. За якими критеріями класифікують плани?
93. У чому полягає суть функцій менеджменту?
94. З яких етапів складається процес планування?
95. Дайте визначення місії та цілей організації?
96. Які є види цілей організації?
97. У чому полягає суть стратегічного/тактичного/оперативного планування?
98. У чому полягає суть функції «організування»?
99. Які використовують основні категорії організаційної структури управління (ланку, рівень, елемент)?
100. Які є види організаційних структур?
101. Характеристика основних функцій менеджменту.
102. У чому полягає суть функції «контроль»?
103. Які є види контролю?
104. Що таке «моніторинг» ?
105. Як визначається управлінське рішення?
106. Яким вимогам має відповідати ефективне управлінське рішення?
107. З яких етапів складається процес прийняття управлінського рішення?
108. Які є підходи до прийняття управлінських рішень?
109. Які переваги та недоліки групових/індивідуальних управлінських рішень?
110. Які є методи прийняття управлінських рішень?
111. У чому полягає суть методів «мозкової атаки», «конференції ідей», «делфі»?
112. Які це методи менеджменту «умовно групові»?
113. Середовище організації. Характеристика факторів внутрішнього середовища готельно-ресторанного господарства?
114. Поняття та характеристика основних факторів зовнішнього середовища підприємства.
115. Поняття внутрішнього конкурентного потенціалу підприємства та його складові.
116. Поняття конкурентних переваг та конкурентоздатності підприємства.
117. Методи визначення конкурентних переваг підприємства.
118. Механізм створення конкурентних переваг у глобальному конкурентному середовищі.
119. Мотивація як загальна функція менеджменту.

**9. Критерії оцінювання знань, вмінь, компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни»:**

Бали / Рівні навчальних досягнень	Критерії оцінювання
«Відмінно» / Високий	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких навчальний матеріал відтворюється в повному обсязі, відповідь правильна, обґрунтована, логічна, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу і показує при цьому глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Практичне завдання виконане правильно, як з використанням типового алгоритму, так і за самостійно розробленим алгоритмом
«Добре» / Достатній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюється значна частина навчального матеріалу. Здобувач освіти виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу, питання висвітлює повно, висвітлення їх завершене висновками, виявлене уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання. У відповідях допущені несуттєві помилки, в усних відповідях – неточності, деякі незначні помилки, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу, нечітко виражене ставлення слухача до фактів.
«Задовільно» / Середній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюються основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; здобувач освіти у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Але на заняттях поводить себе пасивно, відповідає лише за викликом викладача, дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні теоретичного матеріалу. У практичних завданнях припущені несуттєві помилки.
«Незадовільно»/ Початковий	Оцінюється завдання, що не виконане, або містить відповіді на рівні елементарного відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, фрагментів навчального матеріалу. Здобувач освіти виявив неспроможність висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, з грубими помилками, відсутні розуміння основної суті питань, висновки,



## 10. Література

### Основні рекомендовані джерела

1. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський: Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник / І. Б.; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – 431 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 612 с.
3. Березін О. В. Управління проектами : навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – Суми : Університетська книга, 2014. – 272 с.
4. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності / І.М. Буднікевич. – К. : Центр навчальної літератури, 2013. – 536 с.
5. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2015. – 334 с.
6. Мазаракі А.А. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / А.А. Мазаракі, О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник та ін.; за ред. А.А. Мазаракі. – Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
7. Мендела І.Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Територія друку, 2022. 56 с.
8. Менеджмент громадських організацій : вибрані питання теорії та практики : навч. посіб. / [Балацький О. Ф., Теліженко О. М., Мішенін Є. В. та ін.]; за заг. ред. О. Ф. Балацького, О. М. Теліженка, О. А. Лук'янихіної. – Суми : Університетська книга, 2015. – 366 с.
9. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. посіб. / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 560 с.
10. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 348 с.
11. Палеха Ю. І. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – К. : Ліра-К. – 2015. – 346 с.
12. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів : навч.посіб. / Т.О. Примак – К. : ЦУЛ, 2013. – 202 с.
13. Скибінський С.В. Маркетинг. Ч.2: Підручник. / С.В. Скибінський. – Львів: ЛА „Піраміда”, 2009. – 748 с.
14. Сухорська У. Р. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / У.Р. Сухорська – Львів : Вид.-во Львів. комерц. акад., 2015. – 381 с.
15. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження / А.І. Федорчук. - Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. - 367 с



### Додаткова

1. Божидарнік Т. В. Креативний менеджмент : навч. посіб. / Т. В. Божидарнік, Н. М. Василик. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 498 с.
2. Бондар-Підгурська О. В. Ділове адміністрування (корпоративне управління) : навч. посіб. / О. В. Бондар-Підгурська, А. О. Глебова. – К. : Ліра-К, 2015. – 448с.
3. Бук Л.М. Товарний знак в маркетингу: навчальний посібник / Л.М. Бук. - Львів : видавництво Львівської комерційної академії, 2013. - 288 с.
4. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете / Ларри Вебер [пер. с англ. Е. Лалаян]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.
5. Дайновський Ю.А. Товарна інноваційна політика: навч.посібник / Ю.А. Дайновський. - Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. – 312 с.
6. Карлова О.А. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ. Навч. посібник. –Харків: ХНАМГ, 2008.– 314 с. Укр. мовою.
7. Косач І. А. Ділове адміністрування: менеджмент організацій та управління змінами. Навчальний посібник / І. А. Косач, Л. С. Ладонько, І. В. Калінько. - К.: КондорВидавництво, 2014. - 217 с.
8. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту. Львів, 2002.
9. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2015. – 728с.
10. Марущак С. М. Оцінка та управління підприємницькими ризиками : навч. посіб. / С. М. Марущак, Г. В. Єфімова, О. В. Пащенко. – Херсон : Олді-плюс, 2014 – 296 с.
11. Скибінський С. В. Сегментування ринку: навч. посібник/ С.В. Скибінський С. В., А. І. Федорчук . – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – 248 с.
12. Трейд-маркетинг // Маркетинг и реклама. – 2014. – № 2-3. – С.16-37.
13. Тягунова Н. М. Основи організації туристичного бізнесу. Кредитно-модульний курс : навч. посіб. / Н. М. Тягунова. – К. : ЦУЛ, 2014. – 130 с.
14. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентноздатністю організації : підручник / Фатхутдінов Р.А., Осовська Г.В.; за заг.ред.Осовської Г.В. - К. : Кондор, 2009. – 470 с.
15. Чурсіна Л. А. Сертифікація персоналу : навч. посіб. / Л. А. Чурсіна, Ю. В. Березовський, Г. А. Тіхосова, – К. : Ліра-К, 2014. – 316 с