

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ КОЛЕДЖ**

Для спеціальності
123 «Комп'ютерна інженерія»
спеціалізації
**5.123.1 «Обслуговування комп'ютерних
систем і мереж»**

ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

**Методичний посібник
для самостійної роботи студентів**

2019 р.

Методичний посібник для самостійної роботи з дисципліни “Основи менеджменту та маркетингу” для студентів зі спеціальності 123 «Комп’ютерна інженерія» спеціалізації 5.123.1 «Обслуговування комп’ютерних систем і мереж» /Уклад.: Захаревич Н.О. – ХДПК, 2019.

Методичний посібник розглянутий та рекомендований цикловою комісією Будівництва та економіки для використання студентами при самостійному вивченні навчальної дисципліни “Основи менеджменту та маркетингу”

Протокол № _____ від “ ____ ” _____ 20 ____ р.

Голова циклової комісії _____ (Підкопай Л.В.)
(підпис) (прізвище та ніціали)

Схвалено методичною радою Харківського державного політехнічного коледжу

Протокол № _____ від “ ____ ” _____ 20 ____ р.

Голова методичної ради _____ (Величко В.О.)
(підпис) (прізвище та ніціали)

ВСТУП

Менеджмент та маркетинг тісно пов'язані з такими науками, як економіка, фінанси, з правовими та соціальними науками. Вивчення навчального матеріалу повинно пов'язуватись з завданнями економічного розвитку країни. Учбовий посібник присвячено проблемам менеджменту та маркетингу, як управлінської діяльності фірми, яка направлена на завоювання споживачів в умовах зростаючої конкуренції.

Основу для самостійного опрацювання програмного матеріалу складають знання, набуті студентами на лекціях.

Посібник для самостійного вивчення тем курсу “Основи менеджменту та маркетингу” складається з методичних вказівок по вивченню тем курсу та їх короткого змісту, питань з перевірки знань та практичних завдань.

В посібнику приводиться перелік літератури, використання якої підвищує ефективність самостійної роботи студентів.

Модуль 1. Менеджмент

Змістовний модуль 1. Менеджмент: сутність, соціальна етика, еволюція.

Тема Закони, закономірності та принципи менеджменту

Питання для самостійного вивчення.

Закони та закономірності менеджменту.

Суть, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети . Загальні принципи управління . Сучасні принципи менеджменту.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- відмінності категорії «управління» та менеджмент
- значення та завдання менеджменту
- основні історичні етапи розвитку менеджменту в Україні та в світі

вміти:

- вирішувати задачі менеджменту в умовах конкретної виробничої структури
- виділяти організаційні, функціональні та особові складові менеджменту
- вміло використовувати досягнення менеджменту
- виділяти найраціональніше в менеджменті та застосовувати його в своїй роботі.

Питання для самоперевірки.

- 1.В чому полягає суть понять «управління» та «менеджмент».
- 2.Які є основні визначення менеджменту,наведені в літературі.
- 3.В чому полягає значення менеджменту.
- 4.Які задачі вирішує менеджер.
- 5.Що характерно для сучасного етапу в розвитку менеджменту.
- 6.Які основні етапи свого розвитку пройшла управлінська наука в Україні.

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Менеджмент – це:

- а) сукупність раціональних методів і організаційних підойм управління фірмою в ринкових умовах;
- б) свідомий вплив людини на об'єкти, процеси та на людей;

- в) наука, що вивчає правила корпоративної поведінки.
- 2. Менеджмент можна розглядати як:
 - а) науку управління;
 - б) практику управління;
 - в) спосіб мислення.
- 3. Першим етапом методології наукового управління був:
 - а) пошук взаємозв'язку між продуктивністю праці та стимулюванням;
 - б) аналіз змісту роботи і визначення її основних компонентів;
 - в) ситуаційний підхід до стилю управління.
- 4. Управління як процес передбачає:
 - а) серію безперервних взаємопов'язаних дій – функцій управління;
 - б) одночасну дію по вирішенню проблеми;
 - в) здійснення функцій організації на підприємстві.
- 5. Менеджмент має такі рівні управління:
 - а) вищу ланку та нижчу ланку;
 - б) всі керівники відносяться до одного рівня управління – вищої ланки;
 - в) вищу, середню та нижчу ланки.
- 6. Успішний менеджер:
 - а) швидше за інших реагує на зміни на ринку;
 - б) створює нові ринки для підприємства;
 - в) обидві відповіді вірні.
- 7. Менеджмент починається з:
 - а) правильної постановки цілей;
 - б) раціонального розподілу ресурсів;
 - в) стимулювання персоналу.
- 8. Остаточною метою менеджменту є:
 - а) підтримання іміджу в очах споживачів;
 - б) постійне проведення організаційних змін;
 - в) забезпечення прибутковості шляхом раціональної організації виробничого процесу.
- 9. Підприємництво як діяльність характеризується:
 - а) ризиком;
 - б) разовим здійсненням;
 - в) повною матеріальною відповідальністю за результати.
- 10. Бізнесу притаманні наступні ознаки:
 - а) діяльність на постійній основі;
 - б) разова комерційна діяльність;
 - в) операції з продажу товарів.
- 11. Суб'єкт, що займається бізнесом – це:
 - а) підприємець;
 - б) менеджер;
 - в) комерсант.
- 12. Бізнесмен вкладає в справу:

- а) гроші;
 - б) підприємницькі здібності;
 - в) нерухомість.
13. До підприємницької структури належать підрозділи, що:
- а) є неприбутковими;
 - б) мають на меті отримання прибутку;
 - в) обидві відповіді вірні.
14. Фірма – це організація, що проводить діяльність у сфері:
- а) промисловості;
 - б) транспорту;
 - в) торгівлі.
15. Підприємство – це:
- а) виробничо-господарська одиниця, що є сукупністю матеріальних та людських ресурсів і організована для досягнення чітко визначених цілей;
 - б) сукупність людей, що об'єднані спільною метою та працюють для її досягнення;
 - в) будь-яка організація.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства.: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовний модуль 2. Функції та рівні менеджменту.

Тема Функції менеджменту як види управлінської діяльності

Поняття функцій процесу управління . Функції менеджменту як види управлінської діяльності.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- основні функції менеджменту
- класифікацію функцій менеджменту
-

вміти:

- застосовувати функції менеджменту в управлінській діяльності

Питання для самоперевірки.

1. Дайте визначення поняттю “функція менеджменту”.
2. Назвіть основні функції менеджменту.
3. З чого складається функція планування?

4. Що включає організація як функція менеджменту?
5. Що означає функція мотивація?
6. З яких аспектів складається функція контролю?
7. Яка з функцій менеджменту є найважливішою в практичній діяльності? Чому?
8. Як класифікують функції менеджменту?
9. Охарактеризуйте маркетинг як управлінську функцію.
10. Що таке інновація?
11. З чого складається процес організації управління?

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Що покладено в основу класифікації загальних функцій управління?
 - а) вертикальний розподіл управлінської праці;
 - б) горизонтальний розподіл управлінської праці;
 - в) направленість видів управлінської діяльності на об'єкт, яким управляють, та фактори зовнішнього середовища;
 - г) спеціалізації управлінської роботи.
2. До елементів процесу управління відносяться:
 - а) варіанти діяльності менеджерів;
 - б) зворотний зв'язок;
 - в) ціль;
 - г) ситуація;
 - д) рішення;
 - е) проблема.
3. Процес управління складається з наступних функцій:
 - а) планування, прогнозування, аналіз;
 - б) планування, організація, аналіз, мотивація;
 - в) планування, організація, мотивація, контроль.
4. Головним завданням планування є:
 - а) забезпечення єдиного напрямку зусиль усіх членів організацій;
 - б) передбачення майбутнього стану організацій;
 - в) контроль за реалізацією заходів.
5. Планування не є одноразовим явищем, оскільки:
 - а) більшість організацій намагаються продовжити якомога довше своє існування;
 - б) існує постійна невизначеність майбутнього;
 - в) це є стандартом управління.
6. Організовувати означає:

- а) планувати;
 - б) створювати певну структуру;
 - в) шукати виконавців.
7. Головною метою мотивації є:
- а) досягнення працівниками задоволення від роботи;
 - б) зменшення витрат на оплату праці;
 - в) виконання членами організації роботи у відповідності із делегованими обов'язками.
8. Школа наукового управління в мотивації вбачала:
- а) моральне стимулювання підлеглих шляхом похвали;
 - б) пропозицію надання відповідних грошових винагород в обмін на зусилля;
 - в) створення відповідних очікувань у підлеглих.
9. Контроль – це:
- а) постійний нагляд за виконанням роботи;
 - б) процес забезпечення досягнення мети.
10. Контроль починається із:
- а) встановлення стандартів;
 - б) вимірювання досягнутого;
 - в) вчинення дій з виправлення ситуації.
11. Принцип мотивації передбачає використання системи:
- а) винагород;
 - б) покарання;
 - в) вірні обидві відповіді.
12. В якому порядку реалізуються основні (загальні) функції управління?
- а) планування, організація, мотивація, контроль;
 - б) організація, планування, контроль, мотивація;
 - в) планування, організація, контроль, мотивація;
 - г) організація, контроль, мотивація, планування.
13. Що повинні відображати функції менеджменту?
- а) відносини, які складаються між керуючою та керованою системами;
 - б) основні закономірності управління системами;
 - в) основні властивості, зв'язки та відносини управління;
 - г) основні завдання керуючої та керованої системи.
14. На що переважно спрямовані функції менеджменту?
- а) на досягнення певної мети організації;
 - б) на виконання виробничих завдань;
 - в) на досягнення відповідних економічних і соціальних показників у діяльності організації;
 - г) на досягнення запланованих прибутків.
15. Які функції менеджменту слід вважати загальними?
- а) планування, організації, мотивації та контролю;
 - б) контролю й організації;

в) планування і мотивації;

г) організація і контроль.

16. Що таке функції менеджменту?

а) конкретний особливий вид діяльності, що визначає напрями або стадії процесу управління;

б) вид управлінської діяльності;

в) стадії процесу управління;

г) вид діяльності.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.

2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Тема Взаємозв'язок елементів управління.

Питання для самостійного вивчення.

Елементи управління: ціль, ситуація, проблема, рішення. Організаційний механізм господарювання. Структура апарату управління

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- елементи управління
- організаційний механізм господарювання

вміти:

- визначати системи управлінських відносин на підприємстві

Питання для самоперевірки.

1. З яких елементів складається управління підприємством, який між ними існує зв'язок?

2. Що включає організаційний механізм господарювання?

3. Визначте різницю між загальними та конкретними функціями управління.

4. Що лежить в основі процесу управління?

5. Роль зворотного зв'язку в процесі управління.

6. Розкрийте зміст елементів процесу управління

Практичні завдання.

Завдання 1.

1. Технологія менеджменту виступає у вигляді:

- а) сукупності стандартів, правил, норм, апробованих засобів і прийомів доцільної людської діяльності, що дозволяють досягти значних результатів діяльності організації;
 - б) сукупності дій про засоби проведення виробничих процесів;
 - в) послідовності застосування зразків поведінки персоналу;
 - г) алгоритму діяльності керівника.
2. Об'єктом технологізації можуть бути:
- а) різні сфери людської діяльності;
 - б) тільки виробничі процеси;
 - в) виробничі процеси та різні операції;
 - г) економічна та соціальна сфери діяльності.
3. У результаті чого виникли функції?
- а) поділу і спеціалізації праці;
 - б) поділу праці;
 - в) кооперації праці;
 - г) поділу і кооперації праці.
4. Процес створення умов, які діють на поведінку людини і дозволяють спрямовувати її в потрібний для організації бік, зацікавити людину в активній сумлінній роботі відносять до функцій:
- а) мотивації;
 - б) організації;
 - в) планування;
 - г) координації.
5. Що слід розуміти під функцією планування?
- а) встановлення цілей та завдань розвитку об'єктів управління, визначення шляхів і засобів їх досягнення;
 - б) встановлення цілей організації;
 - в) визначення шляхів і засобів виконання завдань;
 - г) визначення способів досягнення цілей організації.
6. Під функцією мотивації слід розуміти:
- а) процес спонукання себе та інших до ефективної діяльності, досягнення поставлених перед організацією цілей;
 - б) процес досягнення поставлених перед адміністрацією цілей;
 - в) спонукання себе до ефективної діяльності;
 - г) спосіб впливу на персонал з метою досягнення цілей.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 3. Планування та стратегічний менеджмент.

Тема Роль, місце і принципи планування

Зміст функції планування. Бізнес план. Методи організаційного планування.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- що розуміють під функціями менеджменту
- зміст функції планування
- стратегічні та оперативні цілі певних виробничих процесів

вміти:

- використовувати метод послідовного опису дій для вирішення конкретного управлінського завдання
- розробляти графіки виконання управлінських робіт
- планувати свою роботу методом розробки робочого календаря на певний проміжок часу.

Питання для самоперевірки.

1. В чому полягає зміст функції «планування».
2. З якою метою розробляють робочі календарі.
3. Як використовується в управлінській роботі керівника метод графіків виконання робіт.
4. Які шляхи вдосконалення організаційного планування .

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Планування в управлінні – це:
 - а) встановлення цілей організації;
 - б) конкретизація цілей управління в системі показників соціально-осподарської діяльності підприємства;
 - в) розробка стратегії і тактики діяльності, орієнтованої на досягнення цілей менеджменту.
2. За предметом виділяють планування:
 - а) цілей, засобів, процесів;
 - б) довгострокове, середньострокове, короткострокове, оперативне;
 - в) загальне, з галузей діяльності, за проектами.
3. Середньострокове планування містить плани на період:
 - а) більше 5 років;

- б) 1–5 років;
- в) до 1 року.
- 4. Принцип економічності планування означає:
 - а) точність прогнозів;
 - б) витрати на планування повинні бути меншими за очікуваний ефект;
 - в) безперервність процесу планування у часі та просторі.
- 5. Балансові методи планування ґрунтуються на:
 - а) раціональному розподілі наявних ресурсів;
 - б) визначенні потреби в ресурсах;
 - в) взаємозв'язку ресурсів, які мають бути в організації, та їх потребою в плановому періоді.
- 6. Нормативний метод складання планів полягає в:
 - а) закладенні в основу планування завдань норм витрат різних ресурсів на одиницю продукції;
 - б) складанні співвідношення між потребами та наявними в організації ресурсами;
 - в) використанні методів лінійного програмування.
- 7. Довгострокове планування базується на методі:
 - а) екстраполяції;
 - б) аналізу перспектив розвитку фірми на основі врахування тенденцій;
 - в) песимістичного прогнозування.
- 8. Стратегічне планування містить:
 - а) розвиток способів реалізації та оцінку стратегії порівняно з місією організації;
 - б) визначення місії та мети організації;
 - в) аналіз середовища й стану організації, оцінку стратегічних альтернатив, вибір стратегії.
- 9. Перша фаза стратегічного планування “формулювання стратегії” містить такі кроки:
 - а) визначення мети економічної діяльності, факторів оточення, аналіз внутрішніх можливостей;
 - б) визначення методів реалізації стратегії та вибір найоптимальніших;
 - в) детальний розгляд усієї діяльності та її результатів, їх порівняння із запланованими.
- 10. Базовим принципом стратегічного планування є:
 - а) незмінність планів;
 - б) адаптивність планів;
 - в) багатоваріантність рішень.
- 11. Бізнес-план потрібний для:
 - а) державних установ;
 - б) самого підприємця, що його розробляє;
 - в) інвесторів.
- 12. Організаційний план бізнес-плану містить відомості про:

- а) виробників аналогічних товарів;
 - б) структуру управління, розподіл обов'язків, делегування повноважень в організації;
 - в) обладнання, технологію, виробничу структуру підприємства.
13. Складовими елементами адміністративного напрямку планування реалізації стратегії є:
- а) тактика, політика, процедури, правила;
 - б) економічні важелі, бюджети, система показників та управління за цілями.
14. Політика – це:
- а) короткотермінова стратегія;
 - б) загальне керівництво для дій і прийняття рішень, які полегшують досягнення цілей;
 - в) дії, які слід виконувати в певній ситуації.
15. Правила і процедури:
- а) вказують працівникам напрям дій;
 - б) спонукають до повторень;
 - в) сприяють порівнянню з минулим.
16. Застосування тактики, політики, процедур і правил дає змогу:
- а) визначити мету організації;
 - б) розробити стратегію діяльності;
 - в) створити організаційно-розпорядчий механізм, спрямований на забезпечення реалізації стратегії.
17. Стратегічний менеджмент – це:
- а) система нових прийомів, інструментів філософії в управлінській діяльності, яка зорієнтована на загальноорганізаційний інтерес;
 - б) система управління організацією, яка базується на довгостроковому плануванні;
 - в) система прийомів та інструментів, які використовуються для внутрішнього аналізу підприємства.
18. Основою стратегічного менеджменту є:
- а) планування виробничої діяльності підприємства;
 - б) середньострокове планування;
 - в) стратегічне планування.
19. Правила стратегічного бізнесу охоплюють:
- а) визначення критеріїв оцінки результатів діяльності, обґрунтування їх якісної і кількісної сторони;
 - б) управлінську діяльність, зорієнтовану на зовнішнє середовище і покликану забезпечити задоволення загальносистемних потреб;
 - в) формування внутрішньосистемної концепції організації;
 - г) оперативну діяльність управлінських працівників у системі менеджменту.
20. Стратегія – це:
- а) сукупність засобів, за допомогою яких реалізуються короткострокові цілі підприємства;

- б) детальний, всебічний комплексний план, призначений для здійснення місії організації;
 - в) ціль, що визначає причину існування організації.
21. Стратегію розробляє:
- а) вище керівництво;
 - б) середнє керівництво;
 - в) нижче керівництво.
22. Реалізація стратегічних планів передбачає участь:
- а) вищого та середнього керівництва;
 - б) середнього керівництва;
 - в) керівників усіх рівнів.
23. Стратегічний план на приватних підприємствах повинен розроблятися на основі:
- а) особистих планів засновників;
 - б) перспектив всієї організації;
 - в) інтересів керівництва фірми.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 4. Управлінські рішення

Тема Основні правила і підходи до прийняття управлінських рішень

Питання для самостійного вивчення.

Підходи до оптимізації управлінських рішень. Способи моделювання.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- підходи до оптимізації управлінських рішень
- способи моделювання

вміти:

- самостійно приймати рішення в тих чи інших ситуаціях

Питання для самоперевірки.

1. Методологія та методи прийняття управлінського рішення.
2. Організація розробки управлінського рішення.
3. Ознаки класифікації управлінських рішень.
4. Вимоги, що пред'являються до управлінських рішень.
5. Показники якості управлінських рішень.
6. Системний підхід до прийняття управлінського рішення.

7. Етапи управління процесом прийняття управлінських рішень.

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Управлінське рішення — це:

- А) форма управлінської діяльності менеджера з метою виконання завдань;
- В) результат діяльності менеджерів;
- С) форма керівництва організацією;
- Д) основна форма впливу менеджера на об'єкт управління з метою досягнення поставлених цілей.

2. Метод експертних оцінок у прийнятті рішень полягає у залученні:

- А) кваліфікованих фахівців до вироблення рішень з конкретної проблеми;
- В) тільки досвідчених (з практичним досвідом) керівників підрозділів;
- С) керівників провідних підрозділів до вироблення найважливіших рішень;
- Д) усіх фахівців до вироблення рішень.

3. Метод мозкового штурму у прийнятті рішень полягає в організації:

- А) колективного обговорення тільки окремих проблем і вироблення рішення;
- В) колективного обговорення проблем і вироблення оптимального рішення;
- С) переважно колективного обговорення окремих проблем;
- Д) обговорення актуальних проблем.

4. Виберіть послідовність етапів прийняття рішень:

- 1) оцінка альтернатив;
- 2) діагноз проблеми;
- 3) виявлення альтернатив;
- 4) остаточний вибір альтернативи ;
- 5) вибір критерія ухвалення рішення.

- A) $1 \rightarrow 2 \rightarrow 3 \rightarrow 4 \rightarrow 5$;
- B) $2 \rightarrow 5 \rightarrow 3 \rightarrow 1 \rightarrow 4$;
- C) $2 \rightarrow 1 \rightarrow 3 \rightarrow 4 \rightarrow 5$;
- D) $2 \rightarrow 1 \rightarrow 5 \rightarrow 3 \rightarrow 4$.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 5. Організація в системі менеджменту.

Тема Типи організацій в Україні

Питання для самостійного вивчення.в

Структурна побудова організації та особливості дії в них функції «організація». Культура організації. Організації в Україні та їх розвиток. Достоїнства і недоліки організаційних схем. Саморозвантаження: правила і прийоми.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- зміст поняття «організація»
- складові організаційної структури підприємства
- що таке культура організації
- характеристики різних типів організаційних структур
- використовувати головні принципи організації трудової діяльності

вміти:

- використовувати головні принципи організації трудової діяльності
- визначення, сутність, цілі і переваги самоменеджменту

Питання для самоперевірки.

- 1.Що входить до загальних рис організації.
- 2.Які є складові організаційної структури підприємства.
- 3.Що таке культура організації.
- 4.В чому проявляється корпоративний дух організації.
- 5.Чим характеризується працівник як головний структурний компонент організації.
- 6.Яка роль менеджменту в розвитку формальних і неформальних організацій.

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Чи є у Вас головні цілі в житті, до яких Ви прагнете?

- а) у мене є такі цілі
- б) хіба треба мати цілі, коли життя таке мінливе?
- в) у мене є головні цілі, і я підкоряю своє життя їх досягненню
- г) цілі в мене є, але моя діяльність мало сприяє їх досягненню

2. Чи плануєте Ви роботу на тиждень, використовуючи для цього щоденник чи блокнот?

- а) так
- б) ні
- в) планую основні справи в голові, а план на поточний день – в уяві чи на аркуші паперу
- г) пробував складати план, користуючись щоденником, але потім зрозумів, що це нічого не дає
- д) складання планів – гра в організованість для дорослих

3. Чи дорікаєте Ви собі за невиконання наміченого на день, тиждень?

- а) так, коли почуваю свою провину, ліню чи нерозторопність
- б) так, незважаючи на будь-які об'єктивні чи суб'єктивні причини
- в) зараз усі дорікають один одному, навіщо ж докоряти самому собі
- г) дотримуюсь принципу: якщо вдалося щось зробити сьогодні – добре, а що не вдалося, можливо, виконаю наступного разу

4. Як Ви заповнюєте свою телефонну книжку?

- а) як хочу, так і заповнюю, якщо знадобиться, знайду потрібний номер телефону
- б) коли переписую номери зі старої книжки, намагаюся усе систематизувати, а потім знову записую, як прийдеться
- в) вважаю, що головне – записати номер, прізвище, ім'я і по батькові, а як саме записано – не важливо
- г) відповідно до алфавіту записую прізвище, ім'я, по батькові, номер, а якщо потрібно, і адресу, місце роботи, посаду

5. За яким принципом Ви розташовуєте свої речі?

- а) кожна річ лежить будь-де
- б) дотримуюсь принципу: кожній речі – своє місце
- в) періодично наводжу порядок у розміщенні речей, потім кладу куди прийдеться
- г) вважаю, що це питання не має ніякого відношення до самоорганізації

6. Чи можете Ви наприкінці дня сказати, де, скільки і з якої причини Вам довелося витратити час?

- а) я можу сказати, де і скільки часу я втратив
- б) можу лише назвати місце, де було втрачено час
- в) якби втрачений час перетворювався в гроші, я б його рахував

- г) завжди добре уявляю, де, чому і скільки було втрачено часу
- д) не тільки все це уявляю, але і шукаю шляхи скорочення втрат у тих самих місцях і ситуаціях
7. Якими будуть Ваші дії, якщо на нараді почнеться “переливання з пустого в порожнє”?
- а) запропоную звернути увагу на суть питання
- б) будь-які наради і збори неможливі без “пустого” і “порожнього”
- в) заглиблююся в себе
- г) почну займатися тими справами, що взяв із собою, передбачаючи “переливання”
8. Чи будете Ви приділяти увагу не тільки змісту, але і тривалості доповіді, з якою Вам треба буде виступити?
- а) основну увагу приділю змісту, а тривалість визначу лише приблизно
- б) приділю однакову увагу змісту і тривалості доповіді
- в) приділю увагу і змісту, і тривалості доповіді, а також розроблю різні варіанти в залежності від наданого мені часу
9. Чи намагаєтесь Ви використовувати буквально кожную хвилину для реалізації задуманого?
- а) намагаюся, але в мене це не завжди виходить через особисті причини (втрата сил, погіршення настрою)
- б) не прагну до цього, вважаю, що не слід бути таким дріб’язковим стосовно часу
- в) навіщо намагатися, якщо час не обженеш
- г) намагаюся і пробую, незважаючи ні на що
10. Яку форму фіксації доручень, завдань і прохань Вашого начальника Ви використовуєте?
- а) записую у своєму щоденнику, що саме треба зробити й у який термін
- б) фіксую у своєму щоденнику тільки найважливіші доручення, завдання і прохання
- в) намагаюся запам’ятати доручення, завдання і прохання, тому що це тренує пам’ять
- г) намагаюся запам’ятати доручення, завдання і прохання, але пам’ять часто підводить мене
- д) дотримуюсь принципу “зворотної пам’яті”: нехай пам’ятає про завдання і доручення той, хто їх дає
11. Чи пунктуальні Ви щодо свого прибуття на ділові зустрічі, засідання, збори і наради?
- а) приходжу раніше на 7-10 хвилин
- б) приходжу вчасно (за 3-5 хвилин до початку)
- в) як правило, спізнююся
- г) завжди спізнююся, хоча намагаюся прийти раніше чи вчасно
- д) якби видали посібник “як не спізнюватися”, то я навчився б не спізнюватися

12. Яке значення Ви надаєте своєчасності виконання доручень, завдань і прохань?

а) вважаю, що своєчасність виконання доручень, завдань і прохань – це один з важливих показників мого вміння працювати. Але дещо не завжди вдається виконати вчасно

б) треба вчасно виконувати завдання, а не розмірковувати про своєчасність

в) вчасно виконати завдання і доручення – гарний шанс одержати нове завдання

13. Припустимо, Ви пообіцяли іншій людині щось зробити чи допомогти, але обставини змінилися так, що виконати обіцянку стало важче. Як Ви вчините?

а) сповіщу людині про те, що обставини змінилися й обіцянку виконати неможливо

б) поясню, що обставини змінилися і обіцянку виконати стало важче

в) буду намагатися виконати обіцянку

г) повідомляти людині нічого не буду. У будь-якому випадку виконате, що обіцяв.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.

2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 6. Організаційні структури управління

Тема Характеристика структур управління

Питання для самостійного вивчення.

Сутність організаційної функції. Процес побудови організаційних структур.

Оцінювання та аналіз організаційних структур управління.

знати:

- класифікацію організаційних структур
- елементи організаційних структур
- форми організаційних структур

вміти:

- формувати схеми організаційних структур
- теоретично обґрунтовувати вибір виду організаційної структури управління

Питання для самостійного вивчення.

1. Дайте порівняльну характеристику лінійної та функціональної організаційних структур (принципи побудови, основні переваги і недоліки, сфери застосування).

2. Який принцип покладено в основу дивізіональної організаційної структури? У чому її переваги і недоліки?
3. Охарактеризуйте сутність матричної організаційної структури. У чому її переваги і недоліки?

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Структура управління – це:
 - а) сукупність виробничих підрозділів підприємства та зв'язків між ними;
 - б) відображення співвідношення та зв'язків між управлінськими посадами;
 - в) відображення підлеглості відділів та виробничих підрозділів управлінським посадам.
2. За лінійної системи управління поділ праці між керівниками здійснюється за принципом поділу:
 - а) об'єктів управління;
 - б) функцій управління;
 - в) і об'єктів, і функцій управління.
3. Перевагою функціональної системи управління є:
 - а) швидкість прийняття управлінських рішень;
 - б) економічність системи (незначні витрати на утримання);
 - в) кваліфіковане прийняття рішень.
4. У структурі, орієнтованій на споживача, підрозділи формуються за:
 - а) певними видами продукції;
 - б) потребами певних груп споживачів;
 - в) географічними ринками.
5. Проектні організації створюються для:
 - а) розв'язання конкретного завдання;
 - б) постійного виконання програм виробництва;
 - в) пристосування до нових умов, цілей, завдань.
6. Заступник директора з виробничих питань займається:
 - а) керівництвом технічної підготовки виробничо-господарської діяльності;
 - б) управлінням основним виробництвом;
 - в) керівництвом процесів планування.
7. До основних цехів відносяться:
 - а) механічний;
 - б) ремонтно-механічний;
 - в) інструментальний.
8. Що слід розуміти під організаційною структурою управління:
 - а) склад і супідрядність взаємозв'язаних управлінських ланок, які забезпечують здійснення функцій і завдань управління організацією;

- б) склад ланок управління організацією;
 - в) супідрядність управлінських взаємозалежних ланок управління;
 - г) склад підрозділів управління.
9. Що створює структуру управління організацією?
- а) сукупність лінійних і функціональних служб (органів);
 - б) сукупність лінійних органів управління;
 - в) сукупність функціональних служб;
 - г) сукупність окремих ланок управління.
10. Де переважно застосовується лінійна структура:
- а) в управлінні малими організаціями;
 - б) в управлінні великими організаціями;
 - в) в управлінні об'єднаннями організацій;
 - г) в управлінні кооперативними організаціями.
11. Що слід розуміти під функцією організації?
- а) процес створення структури організації;
 - б) встановлення постійних взаємовідносин між ланками управління;
 - в) визначення певного порядку в системі управління;
 - г) процес створення окремих підрозділів організації.
12. Організаційна структура управління визначається:
- а) складом і супідрядністю взаємозв'язаних управлінських ланок, які забезпечують здійснення функцій і завдань управління організацією;
 - б) супідрядність управлінських взаємозалежних ланок управління;
 - в) складом ланок управління організацією;
 - г) складом підрозділів організації.
13. Що відноситься до елементів організаційних структур управління?
- а) органи всіх систем управління організацією та взаємозв'язки між ними;
 - б) ланки управління організацією;
 - в) система взаємозв'язків між органами управління;
 - г) ланки й органи управління організацією.
14. Де переважно застосовується лінійна структура управління?
- а) в управлінні малими організаціями;
 - б) в управлінні великими організаціями;
 - в) в управлінні об'єднанням організацій;
 - г) в управлінні великими і малими організаціями.
15. Де переважно застосовується лінійно-функціональна структура управління?
- а) в управлінні великими сучасними організаціями;
 - б) в управлінні середніми за розміром організаціями;
 - в) в управлінні малими організаціями;
 - г) в управлінні великими і малими організаціями;
16. Де переважно застосовуються дивізійні структури управління?
- а) в управлінні великими багатoproфільними організаціями зі значною кількістю виробничих і комерційних відділень;
 - б) в управлінні великими організаціями;

- в) в управлінні спільними організаціями;
 - г) в управлінні малими об'єднаннями.
17. Де переважно застосовуються матричні організаційні структури управління?
- а) в управлінні багатопрофільними організаціями з великою кількістю виробництв, надання послуг обмеженого життєвого циклу;
 - б) в управлінні спільними організаціями;
 - в) в управлінні середніми за розміром організаціями;
 - г) в управлінні великими організаціями.
18. У чому полягає основна перевага матричних організаційних структур управління?
- а) висока гнучкість та орієнтація на нововведення;
 - б) орієнтація на встановлення належних інформаційних зв'язків між ланками управління;
 - в) орієнтація на нововведення;
 - г) орієнтація на завоювання нових ринків збуту продукції.
19. Функціональна структура управління будується на:
- а) ієрархії органів, які забезпечують виконання кожної функції управління на всіх рівнях;
 - б) ієрархії органів, які здійснюють контроль;
 - в) ієрархії органів, які координують діяльність;
 - г) всі відповіді неправильні.
20. До переваг функціональної структури управління слід віднести:
- а) залучення до роботи кваліфікованих фахівців;
 - б) порушення єдності розпорядництва, зниження відповідальності за роботу;
 - в) подвійне підпорядкування виконавців;
 - г) жодна з перерахованих характеристик.
21. Яка із систем управління передбачає створення спеціальних колегій, рад, з якими керівники та фахівці погоджують свої дії та рішення.
- а) лінійно-функціональна;
 - б) лінійна;
 - в) функціональна;
 - г) дивізійна

Література.

- 1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
- 2. Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 7. Управління людськими ресурсами і селекція кадрів.

Тема Зміст процесу управління персоналом

Питання для самостійного вивчення.

Поняття трудового колективу. Зміст процесу управління персоналом. Методи управління трудовим колективом.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- роль і місце трудового колективу в системі управління
- методи управління трудовим колективом

вміти:

- застосовувати ефективні підходи управління трудовим колективом

Питання для самоперевірки.

1. Що таке трудовий колектив?
2. Які методи управління колективом ви знаєте?

Практичні завдання.

У практиці менеджменту відомі два головні способи керівництва людьми: через пряме використання влади або через відмову від неї.

Запитання:

1. Який спосіб управління співробітниками фірми Ви вважаєте доцільним: наказувати або радитися з підлеглими як ефективніше вирішити ту або іншу проблему? Поясніть свій вибір.
2. У чому Ви бачите переваги неформального управління у порівнянні з директивним?

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Тема Етична поведінка як сукупність вчинків та дій людей

Питання для самостійного вивчення.

Суть відповідальності та етики в менеджменті .Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації .

Етична поведінка як сукупність вчинків та дій людей . Заходи щодо забезпечення етичної поведінки

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- що таке етика поведінки
- стадії морального розвитку особистості
- заходи щодо забезпечення етичної поведінки

вміти:

- володіти системою етичних принципів і правил поведінки менеджера

Питання для самоперевірки.

1. Які Ви знаєте види відповідальності в організації?
2. Суть соціальної відповідальності.
3. Назвіть переваги та недоліки соціальної відповідальності.
4. Що таке етика поведінки?
5. Назвіть принципи неетичної діяльності.
7. Які недоліки функціонування організації Ви знаєте?
8. Розкрийте спрощену модель індивідуального морального розвитку менеджера.
9. Розкрийте три стадії морального розвитку особистості.
10. Суть морального кодексу.
11. Що таке утилітаристський підхід?
12. Чим характерний індивідуальний підхід?
13. Суть морально-правового підходу.
14. Розкрийте суть концепції справедливості.
15. Назвіть заходи щодо забезпечення етичної поведінки.
16. Що потрібно врахувати в організації ділових переговорів?
17. Що являє собою сучасна організація?

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Юридична відповідальність – це дотримання:
 - а) конкретних законів і норм державного регулювання, що визначають поведінку суб'єкта господарювання;
 - б) внутрішніх правил організації з метою забезпечення порядку;
 - в) та наслідування правил і норм поведінки, які склалися історично в суспільстві.
2. Соціальна відповідальність – це:
 - а) вчинення суб'єктами господарювання конкретних дій з вирішення проблем суспільства з метою негайного отримання прибутку;

- б) визнання суб'єктами господарювання проблем суспільства та вчинення конкретних дій з їх вирішення у розрахунку на результати у довгостроковій перспективі;
 - в) дотримання правил етичної поведінки працівниками організації.
3. Аргументами на користь соціальної відповідальності є:
- а) сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи;
 - б) негайні прибутки від вчинення дій;
 - в) порушення принципу максимуму прибутку;
 - г) формування позитивного іміджу підприємства.
4. Згідно поглядів, що організація є економічною цілісністю, вона повинна:
- а) турбуватися лише про ефективність використання власних технічних і технологічних ресурсів;
 - б) турбуватися лише про ефективність використання всіх своїх ресурсів;
 - в) вирішувати соціальні проблеми суспільства.
5. Думка, згідно якої організація є чимось більшим, ніж економічною цілісністю, передбачає, що:
- а) організація повинна спрямовувати всі зусилля лише на збільшення прибутку, за умови, що вона бере участь у відкритій конкурентній боротьбі без шахрайства;
 - б) сучасна організація є складовою оточення, чинники якого впливають на її діяльність, тому вона повинна спрямовувати частину ресурсів на вирішення соціальних проблем суспільства.
6. На соціально відповідальну поведінку здатні:
- а) лише великі організації;
 - б) великі та середні організації;
 - в) усі види організацій.
7. Етика поведінки – це:
- а) сукупність вчинків та дій людей, які відповідають тим нормам моралі, свідомості чи порядку, що склалися у суспільстві або до яких воно прагне;
 - б) вирішення організацією соціальних проблем суспільства;
 - в) дотримання норм моралі, свідомості чи порядку окремої суспільної групи.
8. Етичний кодекс (кодекс поведінки) корпорації – це:
- а) перелік правил, що декларують поведінку всіх працівників підприємства в будь-якій ситуації;
 - б) перелік заповідей, правил, що декларують загальні принципи поведінки службовців.
9. Дотримання “права статусу” означає, що:
- а) для сторін не має значення, що в переговорах беруть участь люди із різним статусом у світі бізнесу;
 - б) офіційне спілкування має відбуватися лише між особами однакового рівня;
 - в) спілкування має відбуватися лише між лінійними керівниками.
10. Під час ведення ділових переговорів для того, щоб досягти успіху, варто:
- а) неодмінно нав'язувати етичні норми поведінки вашої країни.

- б) використовувати певні елементи етичної поведінки країни партнера, але віддавати перевагу власним;
 - в) використовувати етичні норми поведінки країни вашого партнера.
11. Норми закону:
- а) завжди відповідають нормам моралі;
 - б) протилежні нормам моралі;
 - в) іноді дозволяють вчинки, які є неприпустимими з точки зору моралі суспільства.
12. Соціальна відповідальність підприємств є наслідком:
- а) дій громадських організацій;
 - б) дій уряду;
 - в) добровільного відгуку з боку підприємств на соціальні потреби суспільства.
13. Акціонери прагнуть:
- а) отримати максимальні дивіденди, а отже, вони не схвалюють соціальну відповідальність організації;
 - б) до соціальної відповідальності організації з метою отримання довгострокових прибутків фірмою.
14. Визначальним фактором у прийнятті рішення підприємством про фінансування соціальних заходів є:
- а) прибутковість його діяльності;
 - б) прихильність споживачів;
 - в) минулий досвід соціальної відповідальності.
15. До посадових обов'язків посередників зі скарг працівників належать:
- а) управління організацією;
 - б) дослідження етичних питань і консультування службовців за ними;
 - в) проведення досліджень з теорії етики.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 8. Керівництво в системі менеджменту. Тема Сучасні типи ефективних лідерів

Питання для самостійного вивчення

Теорії лідерства. Типологія стилів керівництва. Ситуаційні підходи до ефективного керівництва

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- суть лідерства та керівництва

- співвідношення керівництва та лідерства
- стилі керівництва
- шляхи вдосконалення керування колективом

вміти:

- володіти сучасними прийомами і методами керівництва колективом
- визначати роль, ефективність, місце в процесі керівництва різних форм влади
- розробляти напрямки вдосконалення керування колективом.

Питання для самоперевірки.

1. Як ви розумієте керівництво?
2. Суть лідерства.
3. Основні якості лідера та менеджера.
4. Поясніть, які сили діють на менеджера, на підлеглих і на ситуацію?
5. Поняття відповідальності. Зв'язок влади та відповідальності.
6. Форми влади та впливу.
7. Характеристика лідера та його чотири моделі.
8. Охарактеризуйте теорію рис характеру індивідуума.
9. Охарактеризуйте теорію поведінки.
10. В чому полягає правильний образ керівника?
11. Підходи до розуміння керівництва з позиції теорії випадків.

Практичні завдання.

Завдання 1.

У практиці менеджменту відомі два головні способи керівництва людьми: через пряме використання влади або через відмову від неї.

Запитання:

1. Який спосіб управління співробітниками фірми Ви вважаєте доцільним: наказувати або радитися з підлеглими як ефективніше вирішити ту або іншу проблему? Поясніть свій вибір.
2. У чому Ви бачите переваги неформального управління у порівнянні з директивним?

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 9. Комунікації в системі управління та інформаційні технології.

Тема Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу

Питання для самостійного вивчення

Комунікація – інформаційний аспект спілкування. Ділові комунікації. Ефективність комунікації. Комунікаційні проблеми і потреби організації. Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- особливості комунікаційного
- етапи комунікаційного процесу
- використовувати головні принципи організації трудової діяльності

вміти:

- визначати цілі комунікації;
- визначати шляхи досягнення цих цілей (стратегічні плани);
- швидко орієнтуватися у великому обсязі інформації;
- оперативно і якісно переробляти всю цю інформацію;
- уміло, обмірковано і вчасно ставити запитання;
- схоплювати на льоту саму сутність відповідей на власні запитання і запитання інших людей;
- без зволікання перекладати основне з почутого на папір;
- створювати короткі, змістовні і виразні тексти
- коригувати процес, виходячи з конкретних результатів комунікації
- говорити живою і зрозумілою мовою.

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Що являє собою інформація в процесі управління?
 - а) засіб праці;
 - б) предмет праці.
2. Інформаційна система – це:
 - а) ланки накопичення інформації і канали її просування;
 - б) технічні способи збору, обробки, збереження інформації та її носії;
 - в) а, б;
 - г) комп'ютеризована система збереження управлінської інформації.
3. Науково-технічна інформація може міститися в:
 - а) науково-технічній літературі та патентах;
 - б) господарських договорах;
 - в) проектно-конструкторській і технологічній документації;
 - г) заявках і замовленнях.

4. Інформація, що використовується в управлінні, поділяється на:
- а) наукову, управлінську, облікову;
 - б) технічну, управлінську, статистичну;
 - в) науково-технічну, управлінську, обліково-статистичну.
5. Своєчасне надходження інформації відповідає вимогам:
- а) точності;
 - б) періодичності й оперативності;
 - в) повноти;
 - г) корисності;
 - д) доступності.
6. Канали неформальної передачі будуються на основі:
- а) ієрархічної структури управління;
 - б) соціальних груп організації;
 - в) порядку делегування повноважень.
7. Зміст оперативної інформації визначається у відповідності з:
- а) стратегію організації;
 - б) довгостроковими цілями фірми;
 - в) конкретними завданнями управління.
8. Управлінська інформація зазнає таких операцій:
- а) передача, обробка, оцінка, використання, знищення;
 - б) передача, перетворення, збереження, використання;
 - в) передача, перетворення, обробка, збереження, оцінка, використання, знищення.
9. На використання таких мотивів трудової діяльності як почуття обов'язку, відповідальності, виконавчої дисципліни спрямовані:
- а) соціальні методи;
 - б) психологічні;
 - в) організаційно-розпорядчі;
 - г) економічні.
10. Недолік будь-якої стандартної форми (бланка), в яку заноситься інформація:
- а) відсутність гнучкості;
 - б) відсутність точності;
 - в) складність сприйняття.
11. Управлінська інформація може міститися в:
- а) науково-технічній літературі та патентах;
 - б) господарських договорах;
 - в) проектно-конструкторській і технологічній документації;
 - г) заявках і замовленнях;
 - д) розпорядчих документах.
12. Процес обміну інформацією в організації умовно поділяють на категорії:
- а) формальну, неформальну;
 - б) вертикальну і горизонтальну;
 - в) обидві відповіді правильні.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Модуль 2. Маркетинг

Змістовий модуль 10. Сучасна концепція маркетингу.

Тема Служба маркетингу на підприємстві, та її організаційна структура

Питання для самостійного вивчення.

Еволюція концепції маркетингу, основні тенденції її розвитку. Умови застосування і функції сучасного маркетингу.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- сучасні визначення «маркетингу»
- значення та завдання маркетингу
- основні категорії маркетингу
- основні способи обміну
- етапи розвитку маркетингу

вміти:

- вирішувати задачі маркетингу в умовах конкретної виробничої структури
- давати характеристику
- вміло використовувати досягнення маркетингу
- виділяти найраціональніше в менеджменті та застосовувати його в своїй роботі.

Питання для самоперевірки:

1. Еволюція маркетингу як науки та практичної діяльності. Охарактеризувати переломні моменти.
2. Основні принципи маркетингу.
3. Навести кілька повних визначень маркетингу й обґрунтувати їх.
4. Навести та обґрунтувати функції маркетингу та напрямки використання маркетингової діяльності на підприємстві, спираючись на основні маркетингові принципи.

Практичні завдання.

Завдання 1.

В таблиці наведені шість із множин визначень маркетингу. Яке з них ви вважаєте найбільш вдалим? Чому?

Альтернативні варіанти визначення маркетингу

Маркетинг	Підприємницька діяльність, спрямована на просування товарів і послуг від виробника до споживача та користувача
	Соціальний процес, завдяки якому прогнозується, поширюється та задовольняється попит на товари і послуги шляхом розробки їх просування та реалізації
	Процес планування і втілення задуму щодо ціноутворення, просування та реалізації ідей, товарів і послуг шляхом обміну, який задовольняє цілі окремих осіб та організацій
	Управління процесом просування ідей, що ведуть до задоволення на товари і послуги організацій, територій, окремих людей шляхом обміну, який влаштовує обидві сторони - і виробника, і споживача
	Одна із філософій управління, яка прагне визначити і задовольнити потреби покупця, використовуючи інтегровані програми для досягнення організаційних цілей
	Комплексна система організації виробництва та збуту продукції, побудована на основі попереднього дослідження потреб покупців.

Література.

- Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
- Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 11. Елементи маркетингу. Управління маркетингом та маркетингове середовище.

Тема. Основні фактори мікро- та макросередовища функціонування фірми

Питання для самостійного вивчення.

Навколишнє середовище маркетингу: зовнішнє, проміжне, внутрішнє (мікросередовище фірми), рівень удач та невдач фірми в досягненні своїх цілей, адаптація, зворотний зв'язок. Контрольовані і неконтрольовані фактори навколишнього середовища маркетингу.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- рівні маркетингу
- чинники мікро- та макросередовища фірми

вміти:

- аналізувати складові мікросередовища
- визначити взаємозв'язок мікросередовища з макросередовищем
- аналізувати фактори, що діють всередині складових елементів мікросередовища

Питання для самоперевірки:

1. Зовнішнє середовище підприємства та його складові.
2. Макросередовище фірми та його чинники.
3. Мікросередовище фірми та його чинники.

Практичні завдання.

Ситуація.

Сьогодні жодна організація не функціонує відокремлено від зовнішнього середовища. Умовно фактори зовнішнього середовища прийнято поділяти на прямої та непрямої дії. Перші без посередньо впливають на діяльність організації і залежать від цієї діяльності. Другі впливають на організацію опосередковано, через певні механізми та взаємовідносини. До факторів зовнішнього середовища належать наступні:

конкуренти, стан економіки, стан техніки та технології, споживачі, посередники, соціально-культурні чинники, система економічних відносин у державі, політичні обставини, постачальники, політичні та громадські організації, міжнародне оточення, законодавство, науково-технічний прогрес, міжнародні події, особливості економічних відносин, акціонери тощо.

Завдання:

Згрупуйте перераховані чинники у дві колонки. До першої віднесіть фактори прямої дії зовнішнього середовища, до другої – фактори непрямої дії.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 12. Маркетингове дослідження та маркетингова інформація

Тема Джерела маркетингової інформації.

Питання для самостійного вивчення.

Первинна і вторинна маркетингова інформація. Джерела маркетингової інформації. Методи збирання первинної інформації.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- класифікацію маркетингової інформації
- джерела маркетингової інформації
- методи збирання первинної інформації
- переваги і недоліки первинної і вторинної маркетингової інформації.

вміти:

- отримувати первинну та вторинну інформацію
- аналізувати отриману інформацію

Питання для самоперевірки:

1. Маркетингова інформаційна система та її основні функції.
2. Типи маркетингової інформації
3. Методи і форми збору первинних даних
4. Аналіз інформації і прогнозування

Практичні завдання.

Завдання 1

.Які з нижчеперелічених понять є зовнішніми джерелами і які внутрішніми джерелами вторинної інформації при маркетингових дослідженнях:

1. Повідомлення торгового персоналу самої організації;
2. Дані міжнародних організацій, уряду, офіційної статистики;
3. Бюджетні звіти;
4. Дані маркетингових досліджень;
5. Наукові дослідження, що проводяться спеціалізованими маркетинговими організаціями;
6. Інформація, отримана з виставок та ярмарків, конференцій та нарад;
7. Огляди реклаमाцій споживачів;
8. Наукові дослідження, зібрані різними організаціями (торговими палатами, торговими асоціаціями та ін.)

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Тема Конкуренція як об'єкт маркетингових досліджень.

Питання для самостійного вивчення.

Конкурентноздатність та якість товару. Фактори конкурентоспроможності.
Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- підходи до визначення рейтингу товару
- фактори конкурентоспроможності.

вміти:

- визначати і розраховувати рейтинг товару
- оцінювати конкурентоспроможність товару.

Питання для самоперевірки:

1. За якими показниками можна визначити конкурентоспроможність?
2. Ознаки якості товару.

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Конкурентоспроможність товару – це:
 - а) комплексна ринкова характеристика товару і його здатності бути проданим на конкретному ринку в певні строки при наявності аналогічних товарів-конкурентів;
 - б) можливість збуту товару на ринку шляхом порівняння його з товарами конкурентів;
 - в) ступінь задоволення товару критеріям оцінки покупців.
2. Використання товарних марок дозволяє споживачам:
 - а) швидко визначати виробника товару;
 - б) краще орієнтуватися у різноманітних товарах на ринку;
 - в) отримати сервісне обслуговування товару.
3. Зміна розміру і якості упаковки залежить від того:
 - а) коли люди купують;
 - б) де приймається рішення про покупку;
 - в) хто купує.
4. Як засіб додаткового рекламування товару використовують:
 - а) первинну упаковку;

- б) вторинну упаковку;
 - в) відвантажувальну упаковку.
5. Використання упаковки може призвести до таких негативних наслідків:
- а) зростання цін;
 - б) завдання шкоди здоров'ю;
 - в) несправдження сподівань.
6. Метою сервісного обслуговування є:
- а) продовження терміну експлуатації продукції;
 - б) підтримування працездатності виробів протягом періоду експлуатації;
 - в) модернізація вже виробленої продукції.

Змістовий модуль 13. Маркетингова товарна політика.

Тема Аналіз конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності.

Питання для самостійного вивчення.

Ціна продажу та ціна споживання. Аналіз конкурентоспроможності. Індекс технічних параметрів. Індекс економічних параметрів. Рівень конкурентоспроможності.

знати:

- способи оцінки конкурентоспроможності
- методику оцінки конкурентоспроможності
- основні етапи планування нової продукції.

вміти:

- визначати конкурентоспроможність товару за основними параметрами, спираючись на різні методичні підходи

Питання для самоперевірки:

1. Які критерії відбору ідей нового товару.
2. Аналіз прибутковості та рентабельності нового товару.
3. Причини невдач нових товарів на ринку: зовнішні та внутрішні чинники.
4. Поняття конкурентоспроможності продукції підприємства.
5. Оцінка конкурентоспроможності продукції.
6. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції.
7. Шляхи підвищення якості продукції.

Практичні завдання.

Завдання 1

За кількома показниками діяльності підприємств однієї галузі, провести узагальнюючу оцінку їх конкурентоспроможності. Обов'язковим елементом виконання є обґрунтування значущості кожного з показників рейтингу, яке може бути виконане у різних аспектах:

1. із точки зору стратегічного інвестора;
2. із позиції підприємства — потенційного учасника галузі;
3. із точки зору підприємства — учасника групи;
4. із позиції кредитора.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 14. Маркетингова цінова політика.

Тема Цінові стратегії та їх класифікація

Питання для самостійного вивчення.

Цінова політика. Цінові стратегії та їх класифікація. Моделі ціноутворення. Місце та роль ціни у маркетинговій діяльності фірми

знати:

- види ці
- класифікацію цін
- моделі ціноутворення

вміти:

- розраховувати ціну товару прямими і непрямими методами

Питання для самоперевірки:

1. Відмінність між ціноутворенням і ціною.
2. Варіанти поведінки фірми на ринку. Пояснити, з чим це пов'язано.
3. Сутність цінової політики фірми. Описати процес встановлення ціни на реалізацію продукції.
4. Як держава встановлює цінові обмеження і з якою метою?
5. Основні підходи до встановлення ціни на новий товар. Охарактеризувати кожний з них.
6. Охарактеризувати кожний з підходів до встановлення ціни на наявні на ринку товари й послуги.

7. Основні підходи до ціноутворення в межах товарної номенклатури. Охарактеризувати кожний з них.
8. Підходи до ціноутворення за географічним принципом.
9. Знижки і зарахування. Як вони визначаються? Навести приклади.
10. Сутність процесу встановлення цін для стимулювання збуту. Назвати підходи до встановлення цін.
11. Що таке дискримінаційні ціни і коли їх застосовують?
12. Сутність методу встановлення ціни на основі торгів.
13. Сутність методу встановлення ціни за рівнем конкурентоспроможності й методу розрахунку ціни за комерційними умовами.

Практичні завдання.

Завдання 1.

Визначити ціну реалізації продукції «Б» методом середніх витрат плюс прибуток. Витрати виробництва становлять: сировина та матеріали й технічне обслуговування устаткування на одиницю продукції- 300 грн.; фонд заробітної плати основних працівників -30 грн., витрати на електроенергію на одиницю продукції- 15 грн.; накладні витрати- 8 грн. на од.продукції, норма прибутку - 15 % загальних витрат.

Література.

- 1.Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Змістовий модуль 15. Маркетингова політика розподілу товару та його руху.

Тема Чинники, що характеризують канали розподілу. Суб'єкти каналів розподілу

Питання для самостійного вивчення

Маркетингова політика розподілу та її сутність. Суб'єкти каналів розподілу. Посередники, їх роль у політиці розподілу та причини їх залучення. Переваги посередницьких послуг. Функції учасників політики розподілу. Канали збуту.Стратегії розподілу. Інтенсивний розподіл. Ексклюзивний розподіл. Селективний розподіл.

Після вивчення матеріалу теми ви повинні

знати:

- сутність збутової політики
- етапи планування збутової політики
- рівні каналів розподілу
- стратегії розподілу

вміти:

- аналізувати ринкових ситуації, пов'язані з маркетинговою політикою розподілу

Питання для самоперевірки:

Дайте визначення маркетингової політики розподілу.

Що таке канал розподілу?

Охарактеризуйте функції каналів розподілу.

Поясніть сутність прямих та опосередкованих каналів розподілу.

Сутність каналів розподілу прямого і закритого ходу.

Поясніть сутність термінів, які характеризують довжину та ширину каналів розподілу.

Назвіть основні типи суб'єктів каналів розподілу.

У чому полягає сутність щільності розподілу?

Практичні завдання.

Завдання 1.

Дайте відповіді на тести:

1. Підвищення ефективності збутових операцій відбувається, як правило, за рахунок:

- а) кількості посередників;
- б) професіоналізму посередницького персоналу;
- в) величини торгівельного капіталу.

2. Хто такий дилер?

- а) продавець у магазині;
- б) працівник служби маркетингу на підприємстві;
- в) незалежний дрібний підприємець, який займається продажем товарів масового попиту.

3. Існуючі канали товароруку передбачають використання основних методів збуту:

- а) прямого, побічного, комбінованого;
- б) короткотермінового, середньотермінового, довготермінового;
- в) аналітичного, функціонального, змішаного.

4. Канал збуту - це:

- а) сукупність фірм, які виконують посередницькі функції;
- б) сукупність окремих осіб, які виконують посередницькі функції;
- в) сукупність фірм чи фізичних осіб, які виконують

посередницькі функції щодо фізичного переміщення товарів і сприяють переданню прав на них.

5. Стимулювання збуту - це:

- а) короткочасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі;
- б) довгострокові спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі;
- в) матеріальне заохочення продавців.

6. Непрямий метод збуту передбачає:

- а) безпосередній продаж товарів виробником;
- б) участь торговельних посередників;
- в) усі вище зазначені.

7. Ширину каналу збуту визначає:

- а) кількість незалежних учасників на кожному рівні каналу;
- б) кількість посередників, через яких товар проходить на шляху від виробника до споживача;
- в) число товаровиробників на кожному рівні каналу.

8. Прямий метод збуту найчастіше використовують:

- а) виробники швидкоколієвдних товарів;
- б) виробники продукції промислового призначення;
- в) посередники, що прагнуть розширити свої ринки.

9. Стратегія "проштовхування" товару передбачає:

- а) інтенсивне стимулювання сфери торгівлі для просування товару каналами збуту;
- б) значні витрати на рекламу і стимулювання споживачів для формування у них попиту на товар;
- в) спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі товару.

10. Багатоканальні маркетингові системи збуту створюють для:

- а) забезпечення максимального прибутку товаровиробника;
- б) об'єднання двох або більше підприємств, які спрямовують свої зусилля для ефективного використання маркетингових можливостей;
- в) повнішого охоплення різних ринків.

11. Стратегія "притягування" споживачів до товару передбачає:

- а) значні витрати на рекламу і стимулювання споживачів для формування у них попиту на товар;
- б) інтенсивне стимулювання сфери торгівлі для просування товару каналами збуту;
- в) спонукання до здійснення купівлі.

12. Однорівневий канал розподілу радше обере підприємство, яке випускає:

- а) мінеральну воду;
- б) літаки;
- в) чоловіче взуття.

13. Незалежними називають оптових посередників, які:

- а) мають власну збутову мережу;
 - б) перебирають на себе право власності на товар;
 - в) мають консигнаційні склади.
14. До основних недоліків автомобільного транспорту відносять:
- а) жорсткі вимоги до упаковки товару;
 - б) висока маневреність;
 - в) висока собівартість перевезень.
15. Продаж товарів через консигнаційні склади передбачає:
- а) право власності на товар, що надійшов на склад посередника, залишається за постачальником;
 - б) продаж товару здійснюється посередником за рахунок товаровиробника;
 - в) продаж товару здійснюється лише через біржу.
16. Персональний продаж - це:
- а) усне нагадування споживачам про свої товари;
 - б) діяльність спрямована на формування позитивного іміджу щодо товарів фірми;
 - в) усне представлення товару в ході з потенційними покупцями задля продажу.
17. Канал першого рівня збуту включає:
- а) одного посередника (роздрібний торговець);
 - б) двох посередників (оптовий та роздрібний торговець);
 - в) виробника, який свій товар безпосередньо споживачам.
28. Що таке фірмовий стиль?
- а) символи, які відрізняють товар однієї фірми від виробів іншої;
 - б) низка прийомів, які забезпечують єдність усіх виробів фірми;
 - в) спеціальні символи скороченої назви фірми.
19. Послуги - це:
- а) нетоварна пропозиція споживачу;
 - б) ринковий замінник товару для задоволення певної потреби;
 - в) будь-яка вигода, яку може запропонувати одна сторона іншій, яка є невідчутною і не призводить до заволодіння чим-небудь.
20. Рівень каналу збуту - це:
- а) кількість посередників, через яких товар проходить на шляху від виробника до споживача;
 - б) будь-який посередник, що виконує ту чи іншу роботу щодо просування товару до споживача;
 - в) канал прямого маркетингу.
21. Довжину каналу збуту визначає:
- а) кількість посередників, через яких товар проходить на шляху від виробника до споживача;
 - б) будь-який посередник, що виконує ту чи іншу роботу щодо просування товару до споживача;
 - в) виробник, який продає свій товар безпосередньо споживачам.
22. Споживача, який регулярно купує визначений товар, називають:

- а) середнім покупцем;
- б) серйозним покупцем;
- в) випадковим покупцем.

23. Основними принципами посередницької діяльності є:

- а) рівноправність сторін та підприємливість;
- б) оперативність та мобільність;
- в) усе вище перераховане.

Література.

1. Осовська Г. В. Менеджмент : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : .Кондор- Видавництво, 2015. - 563 с.
2. Бойчук І. В Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 360с.

Рекомендована література

Базова

1. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К. : Кондор-Видавництво, 2015. - 366 с.
2. Менеджмент організацій : Навчальний посібник. / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2018. – 560 с.
3. Менеджмент. Навчальний посібник – видання 2-ге, доповнене, перероблене/Г.Є. Мошек, М.М. Ковальчук, Ю.В. Поканевич, І.В. Погодаєв, Г.П. Сиваненко, А.С. Соломко, Т.Р. Юрківська; Заг. редакція кандидата економічних наук, професора Мошека Г.Є. – К.: Видавництво Ліра-К, 2013. – 550 ст.
4. Компетенції в управлінні: навч. посіб. / Г.Л. Чайка. – К.: Знання, 2015.– 167 с.
5. Маркетинг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць ; ред.-упоряд. : О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 4-те вид.–Київ Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2014–646 с.
6. Маркетинг : навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.] ; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. : іл., табл.

Додаткова

7. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М.П. [М.П. Бутко, М.Ю. Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
8. Бутко М. П. Виробничий менеджмент : підручник / М. П. Бутко. – К. : ЦУЛ, 2015. – 400 с.
9. Чайка Г. Л. Самоменеджмент менеджера : навч. посіб. / Г. Л.Чайка. – К. :Знання, 2014. – 422 с
- 10.Герасимчук В.Г. Маркетинг; теорія і практика; Навч.Посібник.-К.; Вища шк., 2004.-327 с.; іл.
- 11.В.В. Липчук, А.П. Дудяк, С.Я.Бугіль Маркетинг; основи теорії та практики. Навчальний посібник. / За загальною редакцією В.В. Липчука.- Львів: “Новий Світ-2000”; “Магнолія плюс”. – 2003. – 288 с.

Інформаційні ресурси

- 13.Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування. – http://pidruchniki.ws/19991130/menedzhment/etika_dilovogo_spilkuвання_-_gritsenko_tb
- 14.Дахно І.І. Ділова кар'єра. – http://pidruchniki.ws/15840720/menedzhment/dilova_karyera_-_dahno_ii
15. Мальська М.П. Корпоративне управління. – http://pidruchniki.ws/15840720/menedzhment/korporativne_upravlinnya_-_malska_mp

- 16.Публікації з менеджменту, економіки, маркетингу. – [http:// tourlib.net/management.htm](http://tourlib.net/management.htm)
- 17.Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент. – [http://pidruchniki.ws/15840720/ menedzhment/innovatsiyniy_menedzhment - skripko to](http://pidruchniki.ws/15840720/menedzhment/innovatsiyniy_menedzhment_-_skripko_to)
18. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет – [http://pidruchniki.ws/00000000/etika_ta_estetika/korporativna_kultura_dilovy_etiket - _timoshenko_nl](http://pidruchniki.ws/00000000/etika_ta_estetika/korporativna_kultura_dilovy_etiket_-_timoshenko_nl)
19. Офіційний сайт Всесвітнього Економічного Форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org>.
20. Офіційний сайт Міжнародного інституту менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imd.org/wcc/>
21. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>
22. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
23. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.me.gov.ua/](http://www.me.gov.ua/)

Зміст

Вступ	3
1 Тема Закони, закономірності та принципи менеджменту.....	4
2 Тема Функції менеджменту як види управлінської діяльності.....	6
3 Тема Взаємозв'язок елементів управління.....	9
4 Тема Роль, місце і принципи планування.....	11
5 Тема Основні правила і підходи до прийняття управлінських рішень	14
6 Тема Типи організацій в Україні.....	16
7 Тема Характеристика структур управління.....	19
8 Тема Зміст процесу управління персоналом.....	23
9 Тема Етична поведінка як сукупність вчинків та дій людей.....	24
10 Тема Сучасні типи ефективних лідерів.....	26
11 Тема Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу ...	28
12 Тема Служба маркетингу на підприємстві, та її організаційна структура.....	30
13 Тема. Основні фактори мікро- та макросередовища функціонування фірми.....	31
14 Тема Джерела маркетингової інформації.	33

15	Тема Конкуренція як об'єкт маркетингових досліджень.....	34
16	Тема Аналіз конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності.....	35
17	Тема Цінові стратегії та їх класифікація.....	36
18	Тема Чинники, що характеризують канали розподілу. Суб'єкти каналів розподілу.....	37
	Література.....	42