

Анотація
навчальної дисципліни: *Менеджмент та маркетинг*

1. Викладач: *Ткачов О.О., спеціаліст вищої категорії*
2. Відділення: *електроенергетики*
3. Циклова комісія: *електротехнічних дисциплін*
4. Освітній (освітньо-професійний ступінь): *фаховий молодший бакалавр*
5. Освітньо-професійна програма: *«Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка»*
6. Опис навчальної дисципліни:
 - 6.1. Кількість кредитів ЄКТС: 2
 - 6.2. Загальна кількість годин: 60, у т.ч.:
 - аудиторних: 50
 - самостійних: 10
 - 6.3. Курс, семестр: курс 3, семестр 6; курс 4, семестр 8
 - 6.4. Форма підсумкового контролю: *екзамен*
 - 6.5. Мета навчальної дисципліни: *Формування у здобувачів освіти сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузі менеджменту та маркетингу, формування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями, прийняття адекватних управлінських рішень; просування товарів на ринку з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.*
 - 6.6. Компетентності: *здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва і розв'язання конфліктів; здатність здійснювати інформаційно-аналітичне забезпечення управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів і технологій; здатність розробляти тактичні і оперативні плани управлінської діяльності; здатність у складі робочої групи проводити прикладні дослідження у сфері управління та адміністрування; здатність здійснювати моніторинг соціально-політичної стабільності стану суспільства з метою прийняття ефективних управлінських рішень.*

6.7. Перелік тем навчальної дисципліни: Вступ. Сутність та концептуальні основи менеджменту. Організація як об'єкт управління. Планування як загальна функція менеджменту. Організація як функція менеджменту. Мотивація як загальна функція менеджменту. Контроль як загальна функція менеджменту. Забезпечення результатів управлінської діяльності. Конфлікти в організації. Світові досвіди управління персоналом. Сутність, функції, принципи і основні поняття маркетингу. Система і характеристики маркетингу. Маркетингові дослідження. Маркетингова товарна політика. Маркетингове ціноутворення. Маркетингова політика розподілу. Маркетингова політика комунікацій. Управління маркетинговою діяльністю. Контроль маркетингової діяльності.