

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет ветеринарної медицини**  
**та біотехнологій імені С.З.Гжицького**

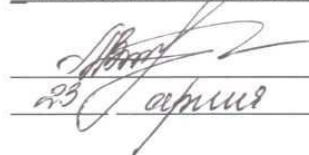
Кафедра \_\_\_\_\_ менеджменту \_\_\_\_\_

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Голова навчально-методичної  
комісії спеціальності

073 Менеджмент,

к.е.н., доцент М.В. Вовк



\_\_\_\_\_ 2019 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Вступ до фаху**

(код і назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти	<b><u>початковий (короткий цикл)</u></b> (назва освітнього рівня)
галузь знань	<b><u>07 «Управління та адміністрування»</u></b> (назва галузі знань)
спеціальність	<b><u>073 Менеджмент</u></b> (назва спеціальності)
освітня програма	<b><u>Маркетинговий менеджмент</u></b> (назва)
вид дисципліни	<b><u>обов'язкова</u></b> (обов'язкова / за вибором)

Львів – 2019 р.

Робоча програма з навчальної дисципліни Вступ до фаху для студентів ОП «Маркетинговий менеджмент» початкового (короткий цикл) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

Розробник:

професор, д.е.н., доцент  
(посада, науковий ступінь та вчене звання)

Шульський М. Г.  
(ініціали та прізвище)

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри менеджменту.

Протокол від «23» 08 2019 року № 1

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності менеджменту протокол № 1 від «23» серпня 2019 р.

Затверджено рішенням навчально-методичної ради факультету економіки та менеджменту протокол № 5 від «23» 08 2019 р.

Голова методичної ради  Поперечний С.І.

## Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
<b>Кількість кредитів/годин</b>	4/120	4/120
<b>Усього годин аудиторної роботи</b>	32	16
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	16	6
• практичні заняття, год.	32	10
• лабораторні заняття, год		
семінарські заняття, год		
<b>Усього годин самостійної роботи</b>	72	104
<b>Вид семестрового контролю</b>	залік	залік

*Примітка.*

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі:

для денної форми навчання – 26%

для заочної форми навчання – 13%

### 1. Предмет, мета та завдання навчальної дисципліни

#### 2.1. Предмет, мета вивчення навчальної дисципліни

Предметом навчальної дисципліни є технологія навчання студентів спеціальності у ВНЗ.

Метою викладання дисципліни є ознайомлення студентів з технологією навчання у ВНЗ; історією, традиціями, структурою та особливостями діяльності ВНЗ та кафедри; основами персонального менеджменту; набуття студентами знань про обрану спеціальність і первинні навички у сфері управління організацією, а також ознайомлення з вітчизняним і світовим досвідом у цій галузі знань.

#### 2.2. Завдання навчальної дисципліни

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування у студентів необхідних компетентностей:

– **загальні компетентності:**

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. (ЗК1).

Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями. (ЗК7).

- **спеціальні компетентності:**

Формування системи знань щодо основних категорій менеджменту та маркетингу. (СК 2).

#### 2.3. Програмні результати навчання (ПРН)

Демонструвати знання теорій, концепцій та основних категорій менеджменту та маркетингу (ПРН 5).

### 3. Структура навчальної дисципліни

#### 3.1. Розподіл навчальних занять за розділами дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма навчання (ДФН)						заочна форма навчання (ЗФН)					
	усьо го	у тому числі					усьо го	у тому числі				
		л	п	лаб	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
Тема 1. Сучасні технології і наукові методи навчання у вищій школі	8	2	4	-	-	2	6	2	-	-	-	4
Тема 2. Організація навчального процесу у вищій школі	8	2	4	-	-	2	4	-	2	-	-	2
Тема 3. Менеджмент як наука	8	2	4	-	-	2	6	2	-	-	-	4
Тема 4. Професійні якості менеджера	8	2	4	-	-	2	4	-	2	-	-	2
Тема 5. Науково-практична діяльність менеджера	8	2	4	-	-	2	6	-	2	-	-	4
Тема 6. Маркетинг як наука	8	2	4	-	-	2	6	2	-	-	-	4
Тема 7. Основні напрями та види професійної діяльності фахівців з маркетингу	8	2	4	-	-	2	4	-	2	-	-	2
Тема 8. Освіта та навчання фахівця у сфері маркетингового менеджменту	8	2	4	-	-	2	4	-	2	-	-	2
<b>Разом</b>	<b>64</b>	<b>16</b>	<b>32</b>			<b>16</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>10</b>			<b>24</b>
<i>Інша самостійна робота</i>	<b>56</b>	-	-	-	-	<b>56</b>	<b>80</b>	-	-	-	-	<b>80</b>
<b>УСЬОГО ГОДИН</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	-	-	<b>72</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	-	-	<b>104</b>

### 3.2. Лекційні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	<b>Тема 1. Сучасні технології і наукові методи навчання у вищій школі</b> 1.1. Загальні відомості про вищу освіту в Україні. 1.2. Особливості навчального процесу та багатоступеневої підготовки фахівців з менеджменту і адміністрування. 1.3. Особливості науково-дослідної роботи у вищій школі. 1.4. Сутність Болонського процесу та його роль.	2	2
2	<b>Тема 2. Організація навчального процесу у вищій школі</b> 2.1. Особливості лекційного заняття як однієї із основних форм організації навчального заняття. 2.2. Характеристика інших видів навчальних занять. 2.3. Особливості контрольних підсумкових заходів щодо оцінювання знань студентів.	2	-
3	<b>Тема 3. Менеджмент як наука</b> 3.1. Сутність понять “менеджмент” та “управління”. 3.2. Менеджмент як наука та мистецтво. 3.3. Основні складові системи менеджменту.	2	2
4	<b>Тема 4. Професійні якості менеджера</b> 4.1. Особливості структури професійних якостей менеджера. 4.2. Рівні управління і якості менеджера. 4.3. Аналіз основних чинників ефективної діяльності менеджера.	2	-
5	<b>Тема 5. Науково-практична діяльність менеджера</b> 5.1. Наукова діяльність менеджера. 5.2. Значення змін і нововведень в діяльності менеджера. 5.3. Управлінські ризики в діяльності менеджера організації.	2	-
6	<b>Тема 6. Маркетинг як наука</b> 6.1. Передумови становлення, формування і розвитку маркетингу 6.2. Еволюція маркетингових відносин 6.3. Сутність маркетингу та його визначення 6.4. Цілі та завдання маркетингу	2	2
7	<b>Тема 7. Основні напрями та види професійної діяльності фахівців з маркетингу</b> 7.1. Організаційні моделі маркетингових служб. 7.2. Етапи організації служби маркетингу на підприємстві. 7.3. Вимоги до структури служби маркетингу. 7.4. Завдання служби маркетингу.	2	-
8	<b>Тема 8. Освіта та навчання фахівця у сфері маркетингового менеджменту</b> 8.1 Навчальні компетенції та результати навчання, які забезпечують підготовку фахівців з маркетингового менеджменту. 8.2. Місце університету у забезпеченні навчання та фахового становлення фахівців з маркетингового менеджменту.	2	-
<b>Усього годин</b>		<b>16</b>	<b>6</b>

### 3.3. Практичні (лабораторні, семінарські) заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	<b>Тема 1. Сучасні технології і наукові методи навчання у вищій школі</b> 1.1. Загальні відомості про вищу освіту в Україні. 1.2. Особливості навчального процесу та багатоступеневої підготовки фахівців з менеджменту і адміністрування. 1.3. 1‘Особливості науково-дослідної роботи у вищій школі. 1.4. Сутність Болонського процесу та його роль.	4	-
2	<b>Тема 2. Організація навчального процесу у вищій школі</b> 2.1. Особливості лекційного заняття як однієї із основних форм організації навчального заняття. 2.2. Характеристика інших видів навчальних занять. 2.3. Особливості контрольних підсумкових заходів щодо оцінювання знань студентів.	4	2
3	<b>Тема 3. Менеджмент як наука</b> 3.1. Закони та закономірності менеджменту 3.2. Організація як об’єкт управління 3.3. Фактори впливу на діяльність організації 3.4. Організаційна культура	4	-
4	<b>Тема 4. Професійні якості менеджера</b> 4.1. Особливості структури професійних якостей менеджера. 4.2. Рівні управління і якості менеджера. 4.3. Аналіз основних чинників ефективної діяльності менеджера.	4	2
5	<b>Тема 5. Науково-практична діяльність менеджера</b> 5.1. Наукова діяльність менеджера. 5.2. Значення змін і нововведень в діяльності менеджера. 5.3. Управлінські ризики в діяльності менеджера організації.	4	2
	<b>Тема 6. Маркетинг як наука</b> 6.5. Принципи і методи маркетингу 6.6. Функції маркетингу 6.7. Концепції управління маркетингом	4	-
	<b>Тема 7. Основні напрями та види професійної діяльності фахівців з маркетингу</b> 7.1 Особливості професійної діяльності фахівця з маркетингу у сфері досліджень і консалтингу. 7.2. Робота фахівців сфери маркетингових комунікацій. 7.3 Основні тенденції розвитку професійної діяльності фахівця з маркетингу.	4	2
	<b>Тема 8. Освіта та навчання фахівця у сфері маркетингового менеджменту</b> 8.1 Особливості професійної підготовки фахівців з маркетингового менеджменту. 8.2. Міжнародні форми кваліфікування рівня професійної підготовки фахівців з маркетингового менеджменту.	4	2
<b>Усього годин</b>		<b>32</b>	<b>10</b>

### 3.4. Тематична самостійна робота

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	<b>Тема 1. Сучасні технології і наукові методи навчання у вищій школі</b> Законодавство про вищу освіту в Україні. Історія становлення та особливості навчального процесу і багатоступеневої підготовки фахівців з менеджменту. Суть та організація науково-дослідної роботи у вищій школі. Сутність Болонського процесу та його роль в національному освітньому процесі.	2	4
2	<b>Тема 2. Організація навчального процесу у вищій школі</b> Мета та зміст лекційного заняття як однієї із основних форм організації навчального заняття. Характеристика практичних, семінарських та інших видів навчальних занять. Порядок проведення контрольних підсумкових заходів щодо оцінювання знань студентів.	2	2
3	<b>Тема 3. Менеджмент як наука</b> Етапи розвитку та становлення менеджменту. Принципи менеджменту. Історичне тлумачення принципів менеджменту. Сучасне позиціонування принципів менеджменту	2	4
4	<b>Тема 3. Професійні якості менеджера</b> Особливості структури професійних якостей менеджера. Рівні управління і якості менеджера. Аналіз основних факторів ефективної діяльності менеджера.	2	2
5	<b>Тема 4. Науково-практична діяльність менеджера</b> Організація та результативність наукової діяльності менеджера. Значення змін та новацій в діяльності менеджера. Управлінські ризики в діяльності менеджера організації.	2	4
6	<b>Тема 6. Маркетинг як наука</b> Еволюція маркетингу та основні концепції маркетингу. Основні тенденції розвитку сучасного маркетингу	2	4
7	<b>Тема 7. Основні напрями та види професійної діяльності фахівців з маркетингу</b> Специфіка професії бренд-менеджера, менеджера торгової марки. Основні характеристики професійної діяльності менеджера з продажів. Специфіка професії мерчандайзера. Специфіка роботи менеджера у сфері розподілу та логістики	2	2
8	<b>Тема 8. Освіта та навчання фахівця у сфері маркетингового менеджменту</b> Провідні світові інституції, які забезпечують одержання міжнародних фахових ступенів у маркетингу.	2	2
	<b>Інша самостійна робота</b>	56	80
	<b>Усього годин</b>	<b>72</b>	<b>104</b>

#### **4. Індивідуальні завдання**

1. Зміст та місце вищої освіти в Україні.
2. Особливості багатоступеневої підготовки фахівців з менеджменту.
3. Особливості науково-дослідної роботи у вищій школі.
4. Історія та зміст Болонського процесу.
5. Особливості лекційного заняття.
6. Характеристика практичних та семінарських занять.
7. Форми оцінювання знань студентів.
8. Стандарти вищої школи.
9. Освітньо-професійні програми підготовки фахівців з менеджменту і адміністрування.
10. Передумови виникнення науки управління організацією.
11. Роль менеджменту в системі дисциплін.
12. Менеджмент як сфера професійної діяльності.
13. Поняття професії, професія менеджера.
14. Особливості структури професійних якостей менеджера.
15. Рівні управління і якості менеджера.
16. Основні чинники ефективної діяльності менеджера.
17. Місія організації і мета управління.
18. Сутність управлінських рішень.
19. Класифікація управлінських рішень.
20. Процес ухвалення управлінських рішень.
21. Наукова діяльність менеджера.
22. Сутність управлінського консультування.
23. Значення змін і нововведень в діяльності менеджера.
24. Управлінські ризики в діяльності менеджера.
25. Управлінські стереотипи в діяльності менеджера.
26. Історія появи маркетингу.
27. Особливості професійної підготовки фахівців з маркетингового менеджменту.

#### **5. Методи навчання**

Вивчення дисципліни проводиться за допомогою наступних методів:

- викладання лекційного матеріалу;
- пояснення ключових положень на практичних заняттях;
- використання тестів
- практичні завдання у вигляді різних ситуацій;
- самостійна робота студентів.

Основними видами занять згідно з навчальним планом є:

- лекції;
- практичні заняття;
- самостійна робота студентів.

#### **6. Методи контролю**

Система оцінювання здійснюється відповідно до вимог програми дисципліни.



Форми проведення поточного контролю рівня знань студентів впродовж семестру:

- усна співбесіда;
- експрес-контроль (тестовий);
- дискусія під час виконання практичних завдань;
- консультація з метою контролю.

Поточний контроль здійснюється на кожному практичному занятті відповідно до конкретних цілей теми. За поточну навчальну діяльність студенту виставляється оцінка за 4-ти бальною шкалою. Оцінювання самостійної роботи студентів проводиться під час поточного контролю теми на відповідному аудиторному занятті.

Підсумковий контроль проводиться за 100-бальною шкалою, з якою є узгодженими національна шкала і шкала ECTS.

## 7. Критерії оцінювання

### 7.1. Контроль успішності студентів денної форми навчання

Успішність студента оцінюється шляхом проведення поточного та підсумкового контролю.

**Максимальна кількість балів** за засвоєння дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням», яку може отримати студент протягом семестру за всі види навчальної роботи, становить 100 балів. Зміст навчальної дисципліни в семестрі містить 4 розділи.

100 максимальних семестрових балів розподіляються у семестрі у такому співвідношенні: **100 (ПК) = 100**,

де **100 (ПК)** – 100 максимальних балів з поточного контролю, які може набрати студент за семестр.

$$\text{ПК} = 100 \cdot \text{САЗ} / 5 = 20 \cdot \text{САЗ}$$

За підсумками семестрового контролю в залікову відомість студентові у графі «за національною шкалою» виставляється оцінка «зараховано/не зараховано».

Переведення підсумкових рейтингових оцінок з дисципліни, виражених у балах за 100-бальною шкалою, у оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS здійснюється відповідно до таблиці 1 і заноситься в додаток до диплому фахівця.

Таблиця 1

*Шкала оцінювання успішності студентів*

За 100-бальною шкалою	За національною шкалою		За шкалою ECTS
	Екзамен	Залік	
90-100	Відмінно	Зараховано	A
82-89	Добре		B
74-81	Задовільно		C
64-73			D
60-63			E
35-59	Незадовільно (незараховано) з можливістю повторного складання		FX
0-34	Незадовільно (незараховано) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни		F

## **7.2. Контроль успішності студентів заочної форми навчання**

Успішність студента оцінюється шляхом проведення поточного та підсумкового контролю (залікового контролю). Максимальна кількість балів з навчальної дисципліни, яку може отримати студент протягом семестру, становить 100.

Дані про успішність студента заносяться викладачами у «Журнал обліку відвідування занять та контролю успішності студентів», «Залікову відомість».

У зв'язку з тим, що для студентів заочної форми навчання співвідношення обсягу годин, відведених на аудиторні заняття та самостійну роботу, має значні відмінності від денної форми (для кожної дисципліни визначається навчальною та робочою програмами), відповідно є відмінності у розподілі балів для дисциплін та критеріїв оцінювання.

### **Розподіл балів для дисциплін, які завершуються заліком: 30 (ПК) + 70 (ТСР) = 100**

Семестр	Поточний контроль	Тематична с/р	Сумарна оцінка
1	30	70	100

30(ПК) – 30 максимальних балів з поточного контролю (ПК), які може набрати студент під час настановчої сесії.

70(ТСР) – бали за виконання тематичної самостійної роботи у міжсесійний період за програмою. Тематична самостійна робота — це завершена теоретична чи практична робота в межах навчальної дисципліни, яка виконується на основі знань, умінь і навичок, здобутих у процесі опрацювання тем, винесених на самостійне вивчення у міжсесійний період та охоплює зміст навчального курсу в цілому.

Максимальна оцінка за виконання тематичної самостійної роботи становить 70 балів.

## **8. Навчально-методичне забезпечення**

Для викладання дисципліни «Вступ до фаху» використовуються навчальні підручники, посібники, робоча програма дисципліни, схематичний матеріал, конспект лекцій, методичні рекомендації.

## **9. Рекомендована література**

### **Базова**

1. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145- VIII. Голос України. 2017. 27 верес. (№ 178-179). С. 10– 22.
2. Кізян С. М., Небава М. І., Адлер О. О. Вступ до фаху. Менеджер і команда: теоретичні та практичні аспекти : навч. посіб. Київ : Видавничий дім «Слово», 2014. 168 с.
3. Менеджмент: графічна і таблична візуалізація : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, І. С. Процик та ін. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 4-те вид., виправл. та доп. 2018. 208 с.

4. Осовська Г. В., Масловська Л. Ц., Осовський О. А. Менеджмент організацій : підруч. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 366 с.
5. Назарчук Т. В., Косіюк О. М. Менеджмент організацій : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. 560 с.
6. Основи менеджменту : підручник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. А. А. Мазаракі. Харків : Фоліо, 2014. 846 с.

#### Допоміжна


1. Адізес І. К. Управління життєвим циклом корпорацій. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 496 с.
2. Венс Е. Ілон Маск Tesla, SpaceX і шлях у фантастичне майбутнє. Київ : ТАО, 2015. 416 с.
3. Вступ до спеціальності : конспект лекцій у двох частинах / уклад. А. В. Булашенко. Суми : Вид-во СумДУ, 2010. Ч. 1. 133 с.
4. Друкер П. Ефективний керівник. Київ : КМ-Букс, 2018. 242 с.
5. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях : навч. посіб. Київ : Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.
6. Лалу Ф. Компанії майбутнього. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 544 с.
7. Масаакі І. Кайдзен: Ключ до успіху японських компаній. Київ : Альпіна Бізнес Букс, 2007. 276 с.
8. Ладонько Л. С., Михайловська О. В., Філіпова Н. В. Менеджмент: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 269 с.
9. Саймон Себаг-Монтефіоре. Промови що змінили світ. Київ : КМ-Букс, 2017. 328 с.
10. Сахно Є. Ю. Менеджмент малих та середніх підприємств : навч. посіб. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 342 с.
11. Форд Г. Моє життя та робота. Київ : Наш формат, 2015. 384 с.
12. Шульц Г., Гордон Д. Історія Starbucks. Все почалося з чашки кави. Київ : Наш формат, 2017. 408 с.

#### 10. Інформаційні ресурси

1. Економіка для всіх. URL: [https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/103/2015\\_T1/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/NaUKMA/103/2015_T1/about). (дата звернення 20.06.2019).
2. Менеджмент. URL: [https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:NGU+MANAGEMENT101+2018\\_T1/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:NGU+MANAGEMENT101+2018_T1/about) (дата звернення 20.06.2019).
3. Освітній хаб. URL: [EduHub.in.ua](https://eduhub.in.ua) <https://eduhub.in.ua> (дата звернення 20.06.2019).

### 11. Погодження міждисциплінарних інтеграцій навчальної дисципліни

№ з/п	Навчальні дисципліни, що забезпечують дану	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1				
2				
3				

№ з/п	Навчальні дисципліни, забезпечувані даною	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1	Основи маркетингу	маркетинг	Ковал М.В	
2	Основи маркетингу	маркетинг	Почепний С.С	
3				

### 13. Зміни та доповнення до робочої програми навчальної дисципліни

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата і № протоколу засідання кафедри	Підпис зав.кафедри
1			
...			
N	( залежно від терміну підготовки)		