

## Міністерство освіти і науки України



### ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ННІ Бізнесу та інформаційних технологій  
Кафедра Менеджменту і маркетингу

#### СИЛАБУС освітнього компонента – ОК 5 Основи менеджменту і маркетингу

Освітній рівень	другий (магістерський)
Галузь знань	02 Культура і мистецтво
Спеціальність	023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація
Освітня програма	ОПП «Образотворче мистецтво»
Обсяг освітнього компонента	3 кредити ECTS (90 академічних годин)
Види аудиторних занять	лекції, практичні
Індивідуальні завдання	аудиторна контрольна робота
Форми підсумкового (семестрового) контролю	залік

#### Викладач (Викладачі):

Сахаський М.П., д.е.н., професор, pr.sakhatskyi@odaba.edu.ua

В процесі вивчення освітнього компонента у здобувачів вищої освіти сформуються навички та вміння компетенцій з менеджменту стосовно цілеспрямованого впливу на соціально-економічні об'єкти з використанням сучасних управлінських принципів, функцій, методів, інструментарію прийняття рішень, та з маркетингу в розрізі виявлення, формування та задоволення ринкового попиту, системний характер яких забезпечує досягнення відповідними суб'єктами господарювання соціально відповідальних стратегічних й тактико-оперативних цілей в сфері образотворчого мистецтва декоративного мистецтва, реставрації.

**Передумови для вивчення освітнього компонента:** Освітній компонент Основи менеджменту і маркетингу вивчається після освітніх компонентів «Сучасні проблеми мистецтвознавства», «Філософія творчості», «Інформаційно-комунікаційні технології», «Інтелектуальна власність».

#### Програмні результати навчання:

ПРН4. Вміти трактувати формотворчі мистецькі засоби як відображення історичних, соціокультурних, економічних і технологічних етапів розвитку суспільства.

ПРН5. Використовувати сучасні інформаційно- комунікаційні технології в освітній та музейній справах.

ПРН6. Володіти фаховою термінологією, науково-аналітичним апаратом, проводити аналіз та систематизацію фактологічного матеріалу.

ПРН12. Володіти базовими методиками захисту інтелектуальної власності; застосовувати правила оформлення прав інтелектуальної власності.

ПРН13. Володіти знаннями до визначення ефективності та апробації сучасних теоретичних підходів та концепцій інтерпретації феноменів культури і мистецтва та мистецьких процесів.

ПРН15. Вміти спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, працювати у міжнародному професійному середовищі.

ПРН16. Вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, представляти результати діяльності у вітчизняному та зарубіжному науковому і професійному середовищі.

### **Диференційовані програмні результати навчання:**

#### **знати:**

- поняття і категорії менеджменту;
- функції та методи управлінської діяльності організацій;
- теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності у сфері образотворчого мистецтва, декоративного мистецтва, реставрації;

#### **розуміти:**

- принципи функціонування та розвитку системи управління організацією;
- ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

#### **вміти:**

- виявляти, ставити та розв'язувати проблеми
- спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- працювати в міжнародному контексті
- розробляти та керувати проектами.
- діяти соціально, відповідально та громадське свідомо, виявляти ініціативу.
- забезпечити захист інтелектуальної власності на твори образотворчого та/або декоративного мистецтва.
- формувати мистецькі концепції на підставі проведення дослідження тих чи інших аспектів художньої творчості.

### **Тематичний план**

Тема 1 Теоретичні основи менеджменту

Тема 2 Методи управління в менеджменті

Тема 3 Кадрова політика в менеджменті

Тема 4 Комунікації в системі управління організацією

Тема 5 Маркетинг як засіб створення цінності у сфері образотворчого мистецтва, декоративного мистецтва, реставрації

Тема 6 Комплекс маркетингу

Тема 7 Інструменти маркетингових комунікацій

Тема 8 Оперативне управління маркетингом

### **Критерії оцінювання та засоби діагностики**

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «заліку» за освітнім компонентом «**Основи менеджменту і маркетингу**» складає від 60 балів до 100 балів.

**За освітнім компонентом передбачено виконання** аудиторної контрольної роботи.

Аудиторна контрольна робота є підсумковою самостійною роботою з освітнього компонента «Основи менеджменту і маркетингу» і свідчить про засвоєння студентом необхідного обсягу знань з зазначеного освітнього компонента, вміння працювати з інформаційними джерелами. Контрольна робота включає дві частини. В першій частині наводяться аргументи стосовно вибору товару та проводиться ринкове дослідження покупців, посередників, постачальників, конкурентів, контактних аудиторій. Робиться узагальнююче резюме щодо сучасного стану й подальших перспектив ринкового розвитку вибраного товару у сфері образотворчого мистецтва декоративного мистецтва, реставрації. В другій частині контрольної роботи наводяться основні дані в розрізі складових комплексу маркетингу, що відображають номенклатурну, цінову, дистрибутивну та

комунікативну маркетингову політику стосовно товару у сфері образотворчого мистецтва декоративного мистецтва, реставрації.

Більш детальну інформацію наведено у методичних вказівках до вивчення освітнього компонента та виконання контрольної роботи [6].

### **Інформаційне забезпечення**

#### **Основна література**

1. Маркетинг: бакалаврський курс. С.М. Ілляшенко. К.: КОНДОР, 2020. 1134 с.
2. Менеджмент : Підручник : С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
3. Сахацький М.П. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу» для студентів освітньо-професійної програми за спеціальністю 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. Освітній рівень – другий (магістерський). Одеса: ОДАБА. 2022. 95 с.
4. Дракер П. Виклики для менеджменту ХХІ століття. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2020. 240с.
5. Маркетинг: Навч. посібник.: В 2-х ч./ Ред. кол. М.П. Сахацький. Одеса: Пальміра, 2008. 170 с.
- 6 Сахацький М.П. Методичні рекомендації з навчальної дисципліни «Основи менеджменту і маркетингу» до практичних занять та виконання контрольної роботи для студентів освітньо-професійної програми за спеціальністю 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. Освітній рівень – другий (магістерський). Одеса: ОДАБА. 2022. 31 с.
7. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.

#### **Допоміжні джерела інформації**

8. Маркетинг. Навч. пос. Липчук В., Дудяк Р., Бугіль С., Янишин Я. К.: КОНДОР, 2020. 456с.
9. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Монографія. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2019. 252 с.
10. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2019. 152 с.
11. Агеев А.Я. Практикум з маркетингу. Навч. пос. К.: Видавництво ПЕТЕРИК, 2019. 496 с.
12. Сичова О.Є. Формування цінової політики на продукцію підприємств будівельної галузі. Економічний простір, С. 230-239.
13. <http://www.wilsonweb.com/awards> – інформація про стратегії маркетингу в Internet;
14. <http://www.emap.com/internet/hot> – список маркетингових фірм і періодичних видань з маркетингу;
15. <http://www.marketingtools.com/AmericanDemographics/MarketingTools> інформація про американські журнали з маркетингу, а також статті, огляди, посилання на сервери маркетингових фірм;
16. <http://www.nsns.com/Mix> – сервер американської асоціації маркетингу, містить посилання на маркетингові фірми;
17. <http://www.nsns.com:80/MouseTracs> – інформація про стратегії маркетингу в Internet, посилання на сервери маркетингових фірм.
18. <http://www.profibook.com.ua> – ділова література з економіки, менеджменту, реклами і маркетингу, управління персоналом, психології бізнесу, інформаційних технологій тощо.