



Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи менеджменту і маркетингу

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	вибіркова	
Галузь знань	19	Архітектура та будівництво
Спеціальність	191	Архітектура та містобудування
Освітня програма	Архітектура та містобудування	
Обсяг дисципліни	2 кредити ECTS (60 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	реферат	
Форми семестрового контролю	залік	

Викладач: **Ширяєва Наталія Юріївна**
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
кандидат технічних наук
e-mail n.shyriaieva@odaba.edu.ua



Метою дисципліни «**Основи менеджменту і маркетингу**» є формування у майбутніх спеціалістів основних професійних компетентностей:

- здатність управляти організаціями (установами) архітектури та містобудування через реалізацію функцій менеджменту і маркетингу;
- здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати менеджменту і маркетингу організацій (установами) архітектури та містобудування;
- здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань.

Диференційовані програмні результати навчання:

знати:

- теорію результативного управління організаціями (установами) архітектури та містобудування;
- особливості функціонування та системного бачення організацій (установ) архітектури та містобудування;
- управлінські моделі організацій (установ) архітектури та містобудування;

- комунікаційно-інформаційні аспекти розпорядчої діяльності організацій (установ) архітектури та містобудування.

розуміти:

- принципи міжособистісної взаємодії, цінування та поваги різноманітності та мультикультурності;

- дієвість інструментів мотивування персоналу організацій (установа) архітектури та містобудування.

вміти:

- забезпечувати ефективність менеджменту і маркетингу в організаціях (установах) архітектури та містобудування;

- проектувати склад структурних одиниць організації (установ) архітектури та містобудування;

- формувати систему керівництва організації (установ) архітектури та містобудування;

- демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи.

Тематичний план

№	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	індивідуальні	самостійна
1	2	3	4	5	6
1	Теоретичні основи менеджменту	2	2		3
2	Методи менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні	2	2		3
3	Сутнісна характеристика процесного, системного та ситуаційного підходу у менеджменті	2	2		3
4	Основні функції в менеджменті	2	2		3
5	Організування та організаційна діяльність	2	2		3
6	Теоретичні основи маркетингу	2	2		3
7	Маркетингові комунікації організацій (установ) архітектури та містобудування	2	2		3
8	Ефективність управління організаціями (установами) архітектури та містобудування	2	2		2
	Всього	16	16	5	23

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання заліку за навчальною дисципліною «Основи менеджменту і маркетингу» складає 60 і 100 балів і може бути досягнутий наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
<i>Поточний контроль</i> знань, у т.ч.:		60	100
- виконання практичних завдань за темами дисципліни	від 23-ох	55	90
- індивідуальна робота (реферат)	1	5	10

За дисципліною «Основи менеджменту і маркетингу» передбачено написання реферату на обрану тему обсягом до 5-10 сторінок формату А4. В рефераті студент реферату, в якому студент описує як формувати цілі, розробляти стратегію, проектувати функціональні підсистеми, здійснювати маркетингові комунікації, креативне брендування послуг/продукції; відображає вміння працювати з монографічними, довідково-енциклопедичними, статистичними, електронними джерелами з проблематики менеджменту і маркетингу [4]. Унікальність індивідуальної роботи потребує забезпечення принципів академічної доброчесності.

Інформаційне забезпечення

Основна література

1. [Менеджмент](#): Підручник / С.Ю. Бірюченко, К.О. Бужимська, І.В. Бурачек та ін.; під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.

2. [Основи менеджменту](#). Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.– Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.

3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. [Маркетинг](#) : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

4. Ширяєва Н.Ю. [Методичні рекомендації](#) до практичних занять та виконання індивідуальної роботи за дисципліною Основи менеджменту і маркетингу за спеціальністю 191 Архітектура та містобудування. Одеса: редакц.- видавн.відділ ОДАБА, 2024. - 32 с.

Допоміжні джерела інформації

4. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту: [Підручник](#). Видання 3-є, перероблене і доповнене. К.: «Кондор», 2008. 664 с.

5. [Менеджмент. Вікіпедія](#)

6. [Маркетинг. Вікіпедія](#)