

«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ»

Викладач: канд. екон. наук, доц. Крупська Л.П.

Метою факультативного курсу є комплексне ознайомлення студентів з основами теорії та практики менеджменту та маркетингу, а також виховання у студентів економічного напряму мислення, що є необхідним для їх подальшої практичної діяльності.

Задачі курсу:

- розгляд сутності менеджменту і маркетингу; виявлення їх місця і ролі в підвищенні продуктивності підприємницької діяльності.
- Опанування головних функцій менеджменту: планування організації; мотивації; контролю,
- вивчення об'єднуючих процесів в управлінні: комунікації та прийняття рішень,
- висвітлення проблем керівництва, влади, лідерства;
- наукове пояснення поведінки споживачів, їх запитів;
- аналіз планування виробництва продукції, товароруху, збуту;
- розробки цінової стратегії фірми, організації та контролю маркетингової діяльності.
- ознайомлення в методами генерації бізнес-ідей та техніко-економічного їх обґрунтування;
- осмислення сутності бізнес-планування у підприємницької діяльності та створенні бізнес плану;
- усвідомлення тих організаційно-правових форм діяльності фірм, які існують у світовій практиці, та спеціальних форм організації бізнесу таких як франчайзинг;
- ознайомлення з поняттям, способами та порядком створення суб'єктів підприємницької діяльності в Україні, а також з процедурою державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності;
- опанування процесу реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності-юридичних осіб згідно законодавству України;
- вивчення економічних засад функціонування фірм, яке передбачає ознайомлення не тільки з видами витрат на виробництво продукції, а й знаходження оптимального обсягу виробництва при різноманітних видах конкурентних структур, в яких функціонує фірма;
- ознайомлення з податковою системою України та джерелами фінансування фірми, а також з основами управління персоналом та особливостями просування товарів, послуг та робіт.