

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ»

Мета: надати здобувачам вищої освіти сучасної системи поглядів, спеціальних знань та практичних навичок з менеджменту та маркетингу: управління ресурсами підприємства і маркетинговою діяльністю з урахуванням потреб споживачів для забезпечення підвищення ефективності функціонування.

Завдання: формування у майбутніх фахівців знань про: історію виникнення менеджменту та маркетингу, їх сутність, функції та концепції, основи ділового етикету та етичні норми управління, сутність маркетингового середовища, етапи процесу стратегічного маркетингового планування та моделі прийняття стратегічних рішень, сутність маркетингової товарної, цінової політики, політики розподілу та комунікаційної політики; *умінь:* застосовувати на практиці управління суспільно-економічними процесами підприємства у сучасному ринковому середовищі, визначити загрози та можливості розвитку підприємства, розробляти та впроваджувати комплекс маркетингу.

Предмет: управління суспільно-економічними процесами підприємства.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни:

Тема 1. Сутність та методологічні основи менеджменту.

Тема 2. Основні принципи та функції менеджменту.

Тема 3. Етичні норми та діловий протокол в менеджменті.

Тема 4. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.

Тема 5. Класифікація та характеристики маркетингу.

Тема 6. Характеристика маркетингу.