



НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Прийняття управлінських рішень у маркетингу

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Гапочка Юлія Петрівна

викладач

hapochka.yu@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3

кредити ЄКТС
(90 годин)

42

годин контактна робота з викладачем
(14 годин лекцій;
28 години семінарських занять)

48

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

екзамен

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

- нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

успішне опанування загальноекономічних, маркетингових, соціологічних знань студентів, набутих ними на загальному курсі маркетингу

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення засобів удосконалення управління на всіх рівнях, як резерву підвищення ефективності господарської діяльності; аналіз концепції та елементи маркетингової інформаційної системи, зовнішнього середовища маркетингу, споживчих ринків і поведження покупців, ринків підприємств і поведження покупців - організацій, конкурентів

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Основні положення теорії прийняття рішень

- Тема 1.** Поняття, принципи та цілі науки про управлінські рішення
- Тема 2.** Школи, підходи і закони управління
- Тема 3.** Методи управління та прийняття рішень
- Тема 4.** Розробка і реалізація управлінських рішень

Модуль 2. Управлінські впливи у системі маркетинг-менеджменту

- Тема 5.** Процеси ухвалення рішення
- Тема 6.** Рішення в маркетинговому середовищі
- Тема 7.** Контролінг і аудит маркетингових рішень
- Тема 8.** Ефективність маркетингових рішень

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень;
- пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення



МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 15 балів.
- Виконання поточних контрольних робіт – ~ 20 балів
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 45 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 20 балів
- Екзамен – ~ 100 балів.

Загальна підсумкова оцінка з дисципліни – середньоарифметичне балів поточної успішності та балів за екзамен

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Петруня Ю.Є., Літовченко Б.В., Пасічник Т.О. та ін. Прийняття управлінських рішень: навчальний посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2015. 209 с.
2. Орлів М.С. Підготовка і прийняття управлінських рішень : навч.-метод. матеріали. К.: НАДУ, 2016. 40 с.
3. Юрков О. С. Теорії прийняття рішень: курс лекцій для студентів денної/заочної форми навчання. Мукачево: МДУ, 2016. 135 с.

Англомовні видання:

1. Methods of Persuasion: How to Use Psychology to Influence Human Behavior. Nick Kolenda, 2013. 240p.
2. Marketing: An Introduction. Gary Armstrong, Philip Kotler, 2009. 636p.

Інтернет джерела

1. Прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу. – URL: http://pidru4niki.com/15060913/menedzhment/priynyattya_upravlinskih_rishen_sferi_marketingu/