

	<p style="text-align: center;">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ»</p> <p>Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський) Спеціальність: <u>073 «Менеджмент»</u> Рік навчання: <u>3, семестр 5,6</u> Кількість кредитів ECTS: <u>5 кредитів</u> Назва кафедри: <u>Аграрного менеджменту та маркетингу</u> Мова викладання: <u>українська</u></p>
Лектор курсу	д.е.н., доцент Гарбар Жанна Володимирівна
Контактна інформація лектора (e-mail)	harbar@vsau.vin.ua garbar_janna@ukr.net

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Управлінські рішення» є вибірковою компонентою ОПП. Загальний обсяг дисципліни 150 годин: лекції – 16 год., практичні заняття – 28 год., самостійна робота – 106 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, консультації. Підсумковий контроль – залік.

ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Пререквізити: «Економічна теорія (Основи економічної теорії)», «Основи маркетингу».

Постреквізити: «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингове планування».

ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Призначення навчальної дисципліни «Управлінські рішення» формує у здобувачів вищої освіти систему загальних та фахових компетентностей, які б дозволили демонструвати знання й розуміння теоретичних, методичних та практичних аспектів організації та прийняття маркетингових рішень.

Мета вивчення навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни «Управлінські рішення» полягає у формуванні в здобувачів вищої освіти цілісної системи теоретичних знань і практичних навичок розробки, прийняття та реалізації маркетингових рішень, вироблення навичок практичного застосування

методології розробки маркетингових рішень, в тому числі з використанням моделювання ситуацій тощо.

Завдання вивчення навчальної дисципліни

Програма навчальної дисципліни орієнтована на:

- вивчення концептуальних положень теорії прийняття маркетингових рішень;
- освоєння методології, теоретико-методичних основ і практичних навичок розробки маркетингових рішень;
- вивчення теоретичних та методичних засад у галузі ідентифікації проблем прийняття маркетингових рішень;
- засвоєння принципів і методів розробки, прийняття та реалізації маркетингових рішень;
- формування комплексу знань щодо розробки, прийняття та реалізації маркетингових рішень;
- набуття навичок формалізації та кількісного обґрунтування маркетингових рішень для наступного використання отриманих знань в науково-дослідній, організаційній, проєктній роботі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен сформувати програмні компетентності.

інтегральна компетентність:

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

програмні результати навчання:

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (soft skills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, робота з інформаційними джерелами), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів).

План вивчення навчальної дисципліни

Тиждень	Назви тем	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Сутність та види маркетингових рішень	2	4	12
	Тема 2. Методи прийняття маркетингових рішень	2	4	12
	Тема 3. Підготовка та прийняття маркетингових рішень	2	4	12
	Тема 4. Організація виконання маркетингових рішень	2	4	12
	Тема 5. Організація контролю за виконанням маркетингових рішень	2	2	12
	Тема 6. Оцінка якості та ефективності маркетингових рішень	2	2	12
	Тема 7. Стратегічні маркетингові рішення	2	4	12
	Тема 8. Соціально-психологічні аспекти прийняття та реалізації маркетингових рішень	1	2	10
	Тема 9. Інформаційна підтримка процесу прийняття маркетингових рішень	1	2	12
	Разом	16	28	106

Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час позааудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності. Виконання здобувачем вищої освіти самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця, який забезпечує викладання даної навчальної дисципліни у ЗВО.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розроблення навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

Основні види самостійної роботи здобувачів вищої освіти

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання навчального матеріалу (за конспектом лекцій, навчально-методичною і науковою літературою), пошук інформації в бібліотеках, мережі Інтернет, використання баз даних інформаційно-пошукових та довідникових систем	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	30	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Індивідуальні творчі завдання (презентації за заданою проблемною тематикою)	23	1 раз на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до контрольних робіт та тестування	23	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ та MOODLE
Разом		106		

Контроль результатів самостійної роботи здобувача вищої освіти може здійснюватися під час аудиторних занять або поза ними у письмовій, усній або змішаній формі з поданням результату самостійної роботи здобувача або у формі тестування.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

Список основної та додаткової літератури

Основна:

1. Бутко М.П., Бутко І.М., Мащенко В.П. та ін. Теорія прийняття рішень : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 360 с.
2. Левків Г.Я., Подра О.П., Леськів Г.С., Гинда С.М. Управління маркетинговою діяльністю : ситуаційні вправи : навчальний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 190 с.
3. Негрей М.В., Тужик К.Л. Теорія прийняття рішень : Навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 272 с.
4. Парсяк В.Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології : підручник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
5. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : НВП «Інтерсервіс. 2018. 216 с.
6. Ус С.А., Коряшкіна Л.С. Моделі й методи прийняття рішень : навч. посіб. Дніпро : НТУ «ДП», 2018. 299 с.
7. Файнзільберг Л.С. Жуковська О.А., Якимчук В.С. Теорія прийняття рішень : підручник. Київ : Освіта України, 2018. 246 с.

Додаткова:

1. Литвиненко Н.П. Методи та моделі прийняття рішень у міжнародному бізнесі : підручник. Центр учбової літератури, 2020. 336 с.
2. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю. Управління результативністю маркетингу : навчально-методичний посібник. Харків : ХДУХТ, 2018. 116 с.
3. Сметанко О.В. Моделі та методи прийняття рішень в аналізі й аудиті : навч. посібн. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 456 с.
4. Цегелик Г.Г. Моделі та методи підтримки прийняття рішень в умовах визначеності : текст лекцій. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 92 с.
5. Harbar Zh., Selezneva O., Gonchar V., Litvinov O., Kaptalan S. Strategic Marketing Management Of Innovative Activities In Ensuring Enterprise Economic Security. *Revista Electrónica De Investigación En Ciencias Económicas*. 2020. Vol. 8. No 15. P. 298–313.

Інтернет-ресурси

1. Бібліотека українських підручників. URL : <http://www.pidruchniki.ws>
2. Верховна Рада України. URL : <http://www.rada.gov.ua>.
3. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Інформаційні ресурси

1. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Система прийняття маркетингових рішень» (внутрішній сайт ВНАУ)
2. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.

Контроль і оцінка результатів навчання

У відповідності до положення «Про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Вінницькому національному аграрному університеті», розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи – 60 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв'язування задач та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) – 10 балів; показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності – 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до іспиту не допускається. Крім того, обов'язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом підсумкової контрольної роботи (колоквіуму).

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10%

за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Вид навчальної діяльності	Бали
Атестація 1	
Участь у дискусії на лекційних та практичних заняттях	10
Виконання аудиторних та домашніх завдань	5
Написання реферату (есе) за заданою проблематикою	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Індивідуальні та групові творчі завдання (з презентацією за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	5
Всього за атестацію 1	30
Атестація 2	
Участь у дискусії на лекційних та практичних заняттях	10
Виконання аудиторних та домашніх завдань	5
Написання реферату (есе) за заданою проблематикою	5
Виконання контрольних робіт, тестування	5
Індивідуальні та групові творчі завдання (з презентацією за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	5
Всього за атестацію 2	30
Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	10
Підсумкове тестування	
Разом	100

Шкала оцінки знань здобувача вищої освіти

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
01-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Програма навчальної дисципліни передбачає врахування результатів неформальної та інформальної освіти при наявності підтверджуючих документів як окремі кредити вивчення навчальних дисциплін.

Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка, % від максимального балу	Критерії оцінювання
Відмінно 90–100	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
Добре 75–89	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
Задовільно 66–74	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
Достатньо 60–65	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
Незадовільно 35–59	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
Недостатньо 1–34	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.